

No : 1299 / KOM – D / SD – S1 / 2012

**PERANAN HUMAS PT. INDAH KIAT PULP & PAPER
PRODUCTS Tbk PERAWANG DALAM
MENYEBARKAN INFORMASI
KEPADA MASYARAKAT**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi



OLEH:

NOVIA KUMALA SARI
NIM. 10843002655

**PROGRAM S1
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2012**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION SCIENCE

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **"PERANAN HUMAS PT. INDAH KIAT PULP & PAPER PRODUCTS, Tbk PERAWANG DALAM MENYEBARKAN INFORMASI KEPADA MASYARAKAT"** yang ditulis oleh:

Nama : **NOVIA KUMALA SARI**

Nim : **10843002655**

Jurusan : **Ilmu Komunikasi**

Telah dimunaqasahkan dalam sidang panitia ujian sarjana strata 1 (S1)
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif
Kasim Riau pada:

Hari : **Kamis**

Tanggal : **31 Mei 2012**

Sehingga dapat diterima dan disahkan oleh Fakultas Dakwah dan Ilmu
Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, untuk
memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom).

Pekanbaru, 01 Juni 2012

Dekan Fakultas Ilmu Dakwah
dan Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. Amri, M. MA

NIP. 195612311986031042

Panitia Ujian Munaqasah

Ketua

Dra. Silawati, M.Pd

NIP. 196909021995032001

Sekretaris

Imron Rosidi, MA

NIP. 198111182009011006

Penguji I

Toni Hartono, M.Si

NIP. 197806052007011024

Penguji II

Miftahuddin, M.Ag

NIP. 197505112003121002

Pekanbaru, 16 Mei 2012

Dosen Pembimbing Skripsi
No : Nota Dinas
Lamp : 4 (Eksemplar)
Hal : Pengajuan Skripsi

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN SUSKA Riau
Di
Tempat

Assalamualaikum Wr.Wb

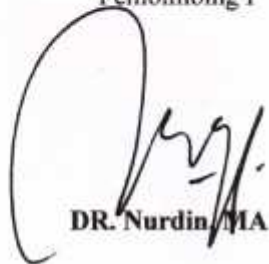
Setelah kami mengadakan pemeriksaan dan perubahan seperlunya, guna kesempurnaan skripsi ini, maka mahasiswa atas nama Novia Kumala Sari NIM: 10843002655 dapat diajukan untuk menempuh ujian Skripsi pada Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi dalam bidang Ilmu Komunikasi, dengan judul Skripsi: **PERANAN HUMAS PT INDAH KIAT PULP & PAPER PRODUCTS, Tbk PERAWANG DALAM MENYEBARKAN INFORMASI KEPADA MASYARAKAT.**

Harapan kami agar dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang munaqasah Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN SUSKA Riau.

Demikianlah surat pengajuan ini dibuat atas perhatiaannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalam.

Pembimbing I



DR. Nurdin, MA

Pembimbing II



Santos, M. Si

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan taufik dan hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat beserta salam penulis kirimkan buat junjungan alam Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia ke alam yang penuh cahaya keimanan dan ilmu pengetahuan.

Skripsi dengan judul “Peranan Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Products, Tbk Perawang dalam Menyebarkan Informasi kepada Masyarakat”, merupakan hasil karya ilmiah yang ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis mendapatkan dukungan dalam berbagai bentuk dari segenap keluarga khususnya Papa dan Mama ku tercinta, saudara-saudaraku tercinta (Indah Permata Sari, Rizky Nelar Lesmana, Fajar Kurnia). Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih atas semangat dan pengorbanan yang penulis terima. Di samping itu, penulis juga menerima bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan uluran tangan dan kemurahan hati kepada penulis. Jadi, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan dengan penuh hormat ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Nazir Karim selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau beserta seluruh stafnya.
2. Bapak Prof. Dr. Amril M, MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Nurdin Abd Halim, MA Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.
4. Bapak Dr. Nurdin Abd Halim, MA dan Bapak Yantos, S.I.P selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan bimbingan, pengarahan dan nasehat kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen, yang telah memberi bekal ilmu yang tidak ternilai harganya selama mengikuti perkuliahan di Jurusan Ilmu Komunikasi.
6. Bapak Masduki, M.Ag selaku Penasihat Akademik, sekaligus guru dan sahabat yang selalu memberi semangat, pendengar keluh kesah, memberi solusi kepada penulis, hingga penulis sampai pada saat ini.
7. Bapak/ibu dikantor Humas dan Comunity Development PT. Indah Kiat Pulp & Paper yang telah memberi ilmu selama magang, membantu penulis dalam proses penelitian dan memberi semangat kepada penulis untuk semangat berjuang. Teman-teman di Rumah Pintar.
8. Bapak M. Ridho ZA, M. Comms direktur RIDS INSTITUTE beserta rekan-rekan kerja dikantor RIDS.
9. Teman-teman Jurusan Ilmu Komunikasi khususnya angkatan 2008 dan juga sahabat-sahabat terbaik(Izi, Kak Aisyah, Hikmah, Waid, Fatimah, inur,

Yurike, Reni dan teman **D'Colour**) yang membantu dan memberikan motivasi selama kuliah, berbagi cerita suka dan duka selama kuliah, kalian orang-orang tersayang yang qu punya selama di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

10. Teman-teman kost penulis (Kamsiah, Ani, Ita dan yeni) yang selama ini telah bersama menjadi saudara, makan satu piring, tidur satu atap diatas satu tikar, makasih untuk semuanya, Sahabat terbaik (Putri, MbK wi, & Mona), dan teman-teman KKN penulis, Desa Berumbung Baru, Kec. Dayun, Kab. Siak (Doni, Acid, Sepri, Defi, MbK dewi, Okta (bebebh qu), Kordes, Pak Korcam), Bapak kades dan perangkat desa serta warga desa Berumbung yang telah memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.
11. Teman-teman seperjuangan di UIN Suska Riau yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Terimakasih atas pengalaman dan pembelajaran yang penulis dapatkan selama ini.
12. Kepada semua pihak yang membantu dalam penyusunan skripsi ini, mudah-mudahan amal ibadahnya di terima Allah SWT.

Akhirnya, semoga segala amal jariah dibalas dengan balasan yang berlipat ganda oleh Allah Swt. *Amin amin ya robbal 'alamin.*

Pekanbaru, Juni 2012
Penulis

NOVIA KUMALA SARI
NIM. 10843002655

ABSTRAK

PERANAN HUMAS PT. INDAH KIAT PULP & PAPER, PRODUCT. Tbk PERAWANG DALAM MENYEBARKAN INFORMASI KEPADA MASYARAKAT

Public relations atau humas pada dasarnya merupakan usaha untuk membangun hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik-publiknya. Dengan adanya hubungan yang harmonis maka program-program kehumasan sebuah perusahaan akan tercapai dengan sangat baik, begitu juga yang diharapkan humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper, Product. Tbk Perawang. Mereka bekerja dan menjalankan peranannya sebagai humas dalam menyebarkan informasi *Community Development* kepada masyarakat guna tercapainya visi dan misi perusahaan menjadi perusahaan kertas yang berstandar internasional, menghasilkan produksi kertas yang berkualitas. Humas juga berperan dalam membentuk pencitraan yang positif dari publik kepada perusahaan.

Adapun metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Kegiatan yang dilakukan dalam metode penelitian tersebut yaitu pengumpulan data berdasarkan kenyataan di lapangan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan data yang diperoleh tersebut kemudian dilakukan analisis dan menginterpretasikan arti data yang dimaksud.

Teori yang digunakan penulis adalah teori dan model milik Frida Kusuma (2002:15) peranan humas sebagai fasilitator komunikasi dan teknisi komunikasi dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat.

Hasil dari penelitian ini adalah Peranan humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper, Product. Tbk Perawang dalam menyebarkan informasi *Community Development* kepada masyarakat berupa Kegiatan memberikan informasi kepada masyarakat sekitar perusahaan tentang semua program humas yang mencakup kegiatan *Community Development*; Humas juga melakukan pendekatan persuasif dan forum diskusi guna memberikan keyakinan kepada masyarakat tentang program dan memberi penerangan agar masyarakat paham dan mengerti akan maksud dan tujuan perusahaan; Humas juga mengajak masyarakat agar ikut berperan aktif dalam setiap program dan kegiatan yang dilaksanakan humas, mengikuti diskusi dan dialog singkat yang dibuat humas guna memperjelas maksud program humas kepada masyarakat, dan mengirim pesan singkat melalui media yang dikirim kepada humas. Humas juga menyebarkan informasi dengan berbagai media yang ada, baik itu media cetak dan media elektronik.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI	v
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Alasan Pemilihan Judul	7
C. Penegasan Istilah	8
D. Permasalahan	9
E. Tujuan Penelitian	10
F. Manfaat Penelitian	10
G. Tinjauan Pustaka	11
H. Kerangka Teoritis	12
I. Konsep Operasional	32
J. Metode Penelitian	34
K. Sistematika Penulisan	36
 BAB II GAMBARAN UMUM TENTANG LOKASI PENELITIAN	
A. Sejarah Singkat PT. IKPP Perawang	39
B. Visi dan Misi PT. IKPP Perawang	46
C. Letak Perusahaan	46
D. Struktur Organisasi PT. IKPP Perawang	47
E. Program Kerja Humas PT. IKPP Perawang	50
 BAB III PENYAJIAN DATA	
A. Penjelasan	57
B. Kedudukan Humas PT. IKPP Perawang	58
C. Peranan Humas PT. IKPP Perawang dalam Menyebarkan Informasi CSR Kepada Masyarakat.	59
D. Faktor Pendukung dan Penghambat	68
 BAB IV ANALISA DATA	
A. Penjelasan	71
B. Kedudukan Humas PT. IKPP Perawang	72
C. Peranan Humas PT. IKPP Perawang dalam Menyebarkan Informasi CSR Kepada Masyarakat	74
D. Faktor Pendukung dan Penghambat	84
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	89
B. Saran	92
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berhasil atau tidaknya suatu organisasi dalam mencapai tujuan terutama dalam proses berkomunikasi dengan berbagai pihak, diterimanya suatu organisasi oleh masyarakat atau tidak, disukai produksi perusahaan tersebut atau tidak, semua itu tergantung dari misi dan hasil karya divisi Humas yang menjadi media penghubung organisasi tersebut, baik dengan pihak internal maupun pihak eksternal. Humas merupakan komunikator-komunikator handal yang semakin banyak diperlukan dan dipergunakan untuk senantiasa mengikuti dan menganalisa masalah-masalah yang timbul akibat adanya pergeseran-pergeseran atau kegoncangan yang terjadi antara perusahaan dengan pihak internal maupun pihak eksternal.

Untuk itulah diperlukan peran komunikasi timbal balik yang dilakukan oleh para praktisi Humas. Itu berarti hal terpenting bagi divisi Humas adalah kemampuannya mengemban fungsi dan tugasnya dalam melaksanakan hubungan komunikasi kedalam dan keluar. Maksudnya adalah upaya pembinaan hubungan yang harmonis antara pimpinan manajemen dengan para karyawan dan antara pimpinan dengan pemilik perusahaan atau pemilik modal. Begitu juga kemampuannya untuk menjebatani atau

membangun hubungan komunikasi dengan masyarakat luar sebagai publiknya dan sebaliknya (Ruslan, 2005:VI).

Humas pada dasarnya merupakan usaha untuk membangun hubungan yang harmonis antara organisasi dengan publik-publiknya (Putra, 1999:2). Dengan adanya hubungan yang harmonis, maka dalam menjalankan program-program kehumasan dapat berjalan lancar sehingga visi dan misi perusahaan tercapai. Humas sebagai fungsi strategi dalam manajemen yang melakukan komunikasi guna melahirkan pemahaman dan penerimaan publik (Iriantara, 2004:6). Hal ini menandakan kegiatan humas tidak terlepas dari komunikasi dan publik.

Komunikasi yang efektif bagi praktisi humas sangat dibutuhkan sebagai awal dari kegiatan komunikasi dengan publiknya. Dalam hal menjalin hubungan baik dengan publik maka praktisi humas adalah sebagai media yang menjembatani antara perusahaan dengan publik-publiknya. Publik atau juga disebut para pihak adalah setiap kelompok yang berada didalam maupun diluar perusahaan yang mempunyai peran dalam menentukan keberhasilan perusahaan (Kasali, 1994:63).

Edward L. Bernays (dalam Iriantara, 2004:5) yang menyebut Humas sebagai sebuah profesi yang berkaitan dengan relasi-relasi satu unit dengan publik atau publik-publiknya sebagai relasi yang mendasari berlangsungnya kehidupan. Seperti halnya profesi lainnya aktivitas kehumasan lahir secara bertahap sesuai dengan tuntutan kebutuhan yang terus berkembang, dan seiring dengan meningkatnya kualitas dan kuantitas manusia. Dengan

demikian maka dalam kondisi sekarang perkembangan teknologi komunikasi tidak dapat lepas dari inovasi teknologi komputerisasi, peranan humas menjadi semakin penting dan strategis. Keberadaan kehumasan mendorong terciptanya sistem informasi lengkap yang berperan menyebarkan informasi secara tepat, cepat, aktual yang berguna untuk menjadi dasar pengambilan keputusan sesuai dengan kondisi yang berkembang.

Menurut pendapat Kumorotomo (dalam Gasperst, 1988:14) manfaat informasi bagi peningkatan produktivitas organisasi publik pada organisasi-organisasi publik atau pemerintah, produktivitas organisasi, efisiensi dan efektivitas layanan masyarakat hanya akan dapat ditingkatkan apabila manajer-manajernya mampu mengelola organisasi secara optimal dengan memanfaatkan segenap informasi yang berguna bagi organisasi sehingga tanggap terhadap kebutuhan masyarakat yang modern.

Fungsi Humas dalam menyelenggarakan komunikasi dua arah (*reciprocal two traffic communication*) antara organisasi atau perusahaan yang diwakili dengan publik sebagai sasaran (*target audience*) pada akhirnya dapat menentukan sukses atau tidaknya tujuan dan citra yang hendak dicapai oleh organisasi yang bersangkutan (Effendy, 2000:134). Definisi ini mengidentifikasi bahwa Humas harus menggunakan metode manajemen berdasarkan tujuan. Dalam mengejar satu tujuan, semua hasil atau tingkat kemajuan yang telah dicapai harus diukur secara jelas, mengingat Humas merupakan kegiatan yang nyata, sehingga kebijakan yang

mengakibatkan kemajuan tersebut mendatangkan respon dari masyarakat sebagai sasaran kebijakan.

Selain itu Edward L. Bernay (dalam Ruslan, 2003:18) merumuskan terdapat tiga kegiatan utama Humas, yaitu :

1. Memberikan penerangan kepada masyarakat.
2. Melakukan persuasi untuk merubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung.
3. Berupaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu lembaga dengan sikap dan perbuatan masyarakat atau sebaliknya.

Berdasarkan fungsi tersebut, maka peran ideal yang harus dimiliki oleh praktisi Humas dalam suatu organisasi atau lembaga antara lain :

1. Menjelaskan tujuan-tujuan organisasi kepada pihak publik. Tugas tersebut akan terpenuhi dengan baik, apabila Humas bersangkutan lebih memahami atau meyakini pesan atau informasi yang akan disampaikan itu.
2. Selain bertindak sebagai radar , Humas juga harus mampu melancarkan pelaksanaan *public policy*nya. Jangan sampai pesan atau informasi tersebut membingungkan atau menghasilkan sesuatu yang tidak jelas arahnya, sehingga pesan-pesan akan semakin sulit untuk diterima oleh publik.
3. Pihak Humas harus memiliki kemampuan untuk melihat kedepan atau untuk memprediksi sesuatu secara tepat yang berdasarkan kepada pengetahuan akan data atau sumber informasi aktual dan faktual, yang menyangkut kepentingan organisasi maupun publiknya.

Bagian Humas PT Indah Kiat Pulp & Paper mempunyai tugas yakni :

1. Menjelaskan program-program PT Indah Kiat Pulp & Paper seperti *Community Development* (CD)
2. Sebagai corong di perusahaan di PT Indah Kiat Pulp & Paper
3. Memberikan bantuan bencana alam dan beasiswa untuk anak-anak yang berprestasi dibidangnya masing-masing
4. Menjaga citra perusahaan
5. Sosialisasi dengan masyarakat

PT. Indah Kiat Pulp & Paper Products Tbk merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi bubur kertas yang kemudian diolah menjadi kertas. Perusahaan dituntut untuk selalu memberikan hasil produksi bubur dan kertas yang berkualitas agar dapat dipergunakan oleh masyarakat. Peranan Humas sangat dibutuhkan oleh hampir semua bentuk organisasi atau lembaga, baik profit maupun nonprofit, dari perusahaan/industri, organisasi profesi, institusi pendidikan, sampai pemerintahan, khususnya bagi PT. Indah Kiat Pulp & Paper Products Tbk.

Tidak jauh berbeda dengan perusahaan yang lain, PT. IKPP juga memiliki Humas yang cukup handal dalam menanggulangi setiap masalah dan problema yang mereka hadapi. Humas bekerja dengan cukup baik, namun lagi-lagi tidak ada yang sempurna, dan ketika Humas dihadapkan dalam sebuah permasalahan yang cukup sulit, maka Humas juga sedikit

mendapat kendala dalam mencari solusi yang baik. Maka disinilah peranan seorang humas akan dilihat.

Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper juga memiliki program kerja *Community Development*, program ini dikembangkan dan dijalankan berdasarkan program yang telah ada dan dilaksanakan sebaik mungkin. Salah satu contoh program Humas bagian *Community Development* adalah program PPKM yaitu suatu program yang dibuat untuk Pelatihan Pengembangan dan Keterampilan Masyarakat, banyak hal yang dapat diperoleh oleh masyarakat melalui program ini. Salah satunya adalah mendapatkan cara beternak sapi yang baik yang kemudian akan diberikan sapi bunting bergulir secara acak sesuai dengan kriteria yang masyarakat akan mendapatkan pinjam seekor sapi betina bunting.

Salah satu peranan humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper adalah menyebarkan informasi kepada masyarakat, informasi yang diberikan adalah semua informasi yang bersangkutan dengan perusahaan yang diberitahukan kepada publik, contohnya informasi *Community Development* PT. Indah Kiat Pulp & Paper, informasi kecelakaan kerja, informasi program kerja dan masih banyak lagi informasi lain yang harus disampaikan humas kepada publiknya, demi menjawab semua pertanyaan publik, dan demi membangun citra positif perusahaan di mata publiknya.

Namun keadaan dilapangan dan dimasyarakat, humas PT. Indah Kiat belum begitu memberikan dan memperlihatkan peranannya sebagai Humas dengan nyata. Sehingga banyak opini masyarakat yang berkembang apakah Humas PT. Indah Kiat telah menjalankan peranannya sebaik mungkin.

Begitu besar dan berpengaruhnya peranan seorang Humas dalam sebuah perusahaan, oleh karena itu penulis tertarik untuk melihat dan meneliti mengenai dunia keHumasan ini khususnya yang terdapat di PT.Indah Kiat Pulp &Paper. Dengan judul **PERANAN HUMAS PT.INDAH KIAT PULP AND PAPER PRODUCTS Tbk PERAWANG DALAM MENYEBARKAN INFORMASI KEPADA MASYARAKAT.**

B. Alasan Pemilihan Judul

Adapun yang menjadi alasan penulis untuk memilih judul tersebut adalah :

1. Judul ini perlu diteliti karena penulis ingin tahu apa peranan humas PT. Indah Kiat Pulp &Paper Perawang dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat.
2. Judul ini diteliti karena memiliki relevansi dengan jurusan penulis, yaitu konsentrasi *public relations*.

3. Penulis merasa dengan meneliti masalah ini, dapat menambah wawasan mahasiswa jurusan ilmu komunikasi terutama konsentrasi *public relations*.
4. Dengan meneliti judul ini penulis merasa sanggup, baik dari segi waktu, biaya, buku-buku, dan faktor-faktor pendukung lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

C. Penegasan Istilah

1. Peranan adalah bagian dari aktivitas yang dimainkan seseorang, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa peranan merupakan bagian dari pelaksanaan fungsi dan tugas yang dilaksanakan dalam suatu kegiatan atau kepentingan yang tertentu guna mencapai satu tujuan yang diharapkan dan juga berfungsi sebagai penyaring atau filter dari komunikasi timbal balik dengan tujuan untuk menciptakan dan membina stabilitas sosial menurut Susanto (dalam Ali, 1986:224).
2. Menurut Glenn dan Denny Griswold dalam bukunya *Your Public Relations*, Humas adalah fungsi manajemen menilai sikap publik, menunjukkan kebijaksanaan dan prosedur dari individu atau organisasi atas dasar kepentingan publik serta melaksanakan rencana kerja untuk memperoleh pengertian dan pengakuan dari publik (Abdurrahman, 2001:167).
3. Informasi adalah suatu usaha untuk memberikan penerangan atau pemberitahuan tentang suatu kabar atau berita. Informasi juga disebut

sebagai pesan, pesan terjadi karena ada penyampai pesan. Terjadinya informasi membuat terjalinnya hubungan antara penyampai pesan dengan penerima pesan (Widjaja, 2000:31).

D. Permasalahan

1. Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah untuk penelitian ini adalah :

- a. Bagaimana peranan humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat ?
- b. Media apa saja yang digunakan oleh humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang dalam menyebarkan informasi ?
- c. Apa saja faktor pendukung dan penghambat keberhasilan humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang dalam menyebarkan informasi ?

2. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

- a. Penulis ingin meneliti bagaimana peranan humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat.
- b. Jenis informasi yang disebarkan adalah tentang program *Community Development* nya saja.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan permasalahan tersebut, rumusan masalah penelitian ini adalah Bagaimana peranan humas PT. Indah Kiat Pulp

&Paper Perawang dalam menyebarkan informasi *Comunity Development* kepada masyarakat?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peranan humas PT. Indah Kiat Pulp &Paper Perawang dalam menyebarkan informasi program *Comunity Development* kepada masyarakat.

F. Manfaat Penelitian

Adapun mamfaat dari penelitian ini adalah :

1. Secara Akademis

- a. Sebagai syarat untuk menyelesaikan program studi S1
- b. Sebagai tambahan pengetahuan, pengalaman bagi penulis dan instansi lain guna memperdalam ilmu dibidang kehumasan.
- c. Sebagai referensi bagi penulis lain dalam bidang penelitian yang sama pada masa yang akan datang.

2. Secara Praktis

- a. Memberikan gambaran, refleksi pada civitas akademi komunikasi mengenai peranan humas PT. Indah Kiat Pulp &Paper Perawang dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat.

- b. Sumbangan pemikiran mengenai arti penting humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat.
- c. Gambaran kepada civitas akademis tentang media yang digunakan humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat.
- d. Memberikan gambaran pada civitas akademis mengenai faktor pendukung dan penghambat keberhasilan humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat.

G. Tinjauan Pustaka

Penelitian yang relevan dilakukan dengan maksud untuk menghindari duplikasi pada desain dan temuan penelitian. Disamping untuk menunjukkan keaslian peneliti bahwa topik yang diteliti belum pernah diteliti oleh peneliti lain dalam konteks yang sama. Selain itu dengan mengenal peneliti terdahulu, maka sangat membantu peneliti dalam memilih dan mendapatkan desain penelitian yang sesuai karena peneliti memperoleh gambaran dan perbandingan dari desain-desain yang telah dilaksanakan. Adapun penelitian yang relevan dengan penelitian penulis adalah :

Mursalin dengan judul *Aktivitas Hubungan Masyarakat Pemerintah Kota Pekanbaru Dalam Menyebarkan Informasi Pembangunan Kepada Masyarakat Kota Pekanbaru*. Dalam penelitian ini penulis lebih memfokuskan kepada menyebarkan informasi pembangunan kepada masyarakat, bukan kepada menciptakan dan menjaga citra positif instansi

tersebut. Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2004 dengan latar belakang yang disampaikan bahwa mengingat masyarakat perlu dan penting mendapatkan informasi tentang maksud, tujuan, dan kegunaan pembangunan dari pemerintah. Untuk itu, penulis tertarik untuk melihat bagaimana aktivitas humas pemerintah kota Pekanbaru dalam menyebarkan informasi pembangunan kepada masyarakat (Mursalin, 2004:61).

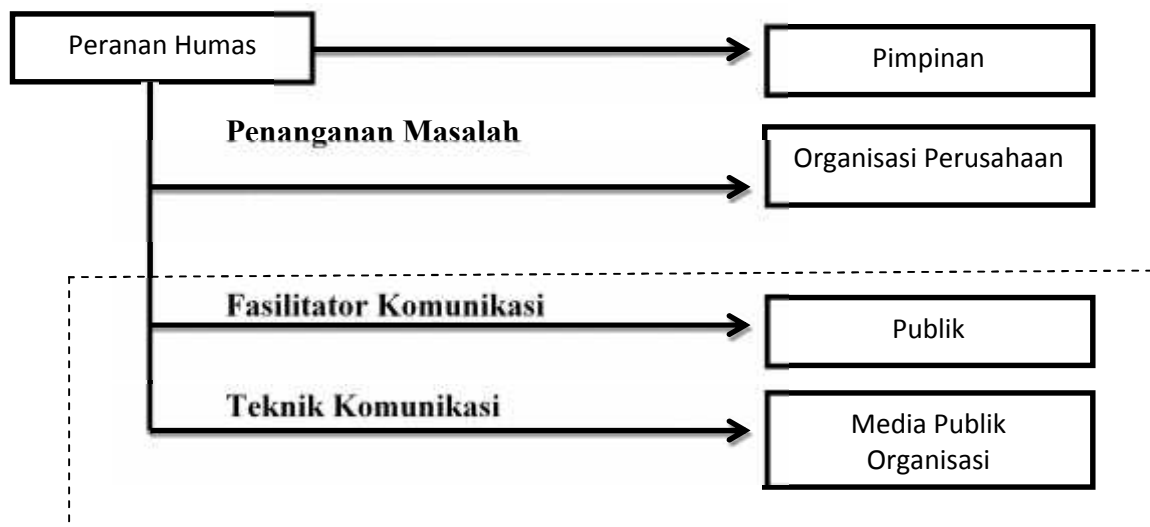
Irwan dengan judul Peranan Public Relations Pemerintah Kabupaten Bengkalis Dalam Menyebarluaskan Informasi Pembangunan Kepada Masyarakat Kabupaten Bengkalis di tahun 2008. Dalam penelitian ini disimpulkan Peranan Public Relations adalah sebagai mediator atau penyambung tangan perusahaan kepada publik, dan sebagai Fasilitator serta menetralsir apa yang diinginkan oleh kedua belah pihak. Dari hasil penelitian bahwa peranan Public Relations Kabupaten Bengkalis di Cukup Berperan hanya saja masih banyak yang harus dilakukan untuk lebih baik lagi dan mempertahankan semua hal baik yang sudah pernah dicapai dan dilakukan (Irwan, 2008:60).

Dari kedua penelitian di atas, tampak jelas perbedaannya dengan judul yang penulis lakukan pada saat ini karena penulis lebih memfokuskan kepada Peranan Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Product Tbk Perwang dalam Menyebarkan Informasi Kepada Masyarakat.

H. Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis bertujuan untuk menerangkan dan meramalkan fenomena. Kerangka pemikiran dimaksudkan untuk memberikan gambaran atau batasan-batasan tentang teori-teori yang akan dipakai sebagai landasan penelitian yang akan dilakukan.

Dalam hal ini penulis memilih model dibawah ini :



Model : Frida Kusumastuti (2002)

Dari gambar tersebut dapat diuraikan bahwa petugas humas dianggap sebagai orang yang ahli dan berperan dalam menasehati pimpinan untuk memberikan masukan-masukan yang mendukung jalannya perusahaan oleh pemimpin, selain itu humas juga berperan sebagai fasilitator dalam menangani masalah dalam manajemen perusahaan karena dalam sebuah perusahaan suatu permasalahan akan selalu timbul sehingga perlu pemecahan yang benar *up to date* selanjutnya petugas humas berperan sebagai fasilitator

komunikasi antara organisasi dengan perusahaan dimana humas memberikan informasi-informasi yang dibutuhkan publik mengenai perusahaan dan memberikan penjelasan-penjelasan yang dibutuhkan publik, selain itu humas dianggap sebagai pelaksanan teknisi komunikasi dalam media publik organisasi dimana humas berperan sebagai penyaji berita-berita bagi media publik, Kusumastuti (2002:65).

1. Humas

a. Pengertian Humas

Pada mulanya istilah Humas adalah *Public Relations*. *Public* artinya masyarakat dan *relations* berarti hubungan. Jadi *Public Relations* diartikan sebagai hubungan masyarakat. *Public Relations* dalam pelaksanaannya bertitik tolak pada keterampilan membina hubungan manusia dalam dan luar organisasi.

Kegiatan utama dari humas dalam mewakili *top manajement* suatu lembaga atau organisasi tersebut merupakan bentuk kegiatan *two ways communication* adalah ciri khas dari fungsi dan peranan *public relation*. Hal tersebut dikarenakan salah satu humas adalah bertindak sebagai narasumber informasi dan merupakan saluran informasi.

Menurut Abdulrahman (dalam Ali 1986:5) humas berarti adanya hubungan yang timbal balik atau *two ways communication*. Oleh karena itu pengertian hubungan adalah adanya kontak atau ikatan yang timbal balik.

“Webster (dalam Effendy, 2001:5) mendefenisikan Hubungan Masyarakat sebagai kegiatan organisasi untuk menciptakan dan

memelihara hubungan-hubungan yang sehat dan produktif dengan lingkungan public tertentu sehingga terdapatlah kesesuaian dengan lingkungan sekelilingnya yang berkepentingan. Dengan demikian maka semua institusi bisa memetik keuntungan dari penggunaan humas. Bila kita tidak dapat menyampaikan pesan dengan baik kita akan terus menerus tidak dapat menyampaikan pesan dengan baik kita akan terus menerus menjadi sasaran dari informasi yang tidak sesuai dengan visi, misi dan strategi yang kita jalankan.

Menurut Dr Rex F Harlow dalam bukunya yang berjudul *A Working Definition*. Hubungan masyarakat adalah :

“Fungsi manajemen yang khas yang mendukung dan memelihara jalur bersama bagi komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerjasama antara organisasi dengan khalayaknya, melibatkan manajemen dalam permasalahan dan persoalan, membangun manajemen memperoleh penerangan mengenai dan tanggapan terhadap opini publik, menetapkan dan menegaskan tanggungjawab manajemen dalam memanfaatkan perubahan secara efektif dalam penerapannya sebagai sistem peringatan secara dini guna membantu mengantisipasi kecenderungan, dan menggunakan penelitian serta teknik-teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai kegiatan utama”(dalam Effendi, 2002:21).

Dari definisi diatas dapat kita simpulkan bahwa humas atau hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen yang berkesinambungan dalam memelihara hubungan, membina pengertian, simpati dan dukungan dari setiap unsur yang terkait melalui jajak pendapat agar dapat menginformasikan program, visi dan misi mereka dalam upaya menjalin hubungan kerjasama baik untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Definisi humas diatas menggambarkan tugas dan fungsi humas secara umum. Inti tugas humas adalah sinkronisasi antara informasi dari perusahaan dengan reaksi dan tanggapan dari publik sehingga mencapai

saling pengertian dan hubungan harmonis antara kedua belah pihak.

Adapun ruang lingkup humas dalam sebuah organisasi atau instansi menurut Suhandang (dalam Jeffkins, 2004:85) antara lain :

1. “ Membina hubungan kedalam (Publik Internal)
Kegiatan ini diperlukan untuk memupuk suasana yang menyenangkan diantara para karyawannya, komunikasi antara bawahan dan pimpinan atau atasan terjalin dengan akrab dan tidak kaku, serta meyakini rasa tanggung jawab akan kewajibannya terhadap perusahaan.
2. Membina hubungan keluar (Publik Eksternal)
Komunikasi dengan semua publik eksternal hendaknya diberikan secara informatif dan persuasif. Informasi hendaknya diberikan secara jujur, teliti, dan sempurna berdasarkan fakta yang sebenarnya. Karenanya sifat yang ramah merupakan salah satu syarat yang bisa menentukan berhasil tidaknya usaha eksternal perusahaan.

b. Tujuan Humas

Tujuan humas itu sendiri adalah memastikan niat baik dan kiprah organisasi yang bersangkutan senantiasa dapat dimengerti oleh pihak-pihak lain yang berkepentingan sehingga diperoleh tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap organisasi yang diwakilinya. Humas harus mampu untuk dapat memberikan citra yang positif terhadap organisasinya serta mampu mengkomunikasikannya sehingga publik menaruh kepercayaan dan mempunyai pengertian yang jelas terhadap organisasi tersebut (Maria Assumpta R, 2002:31).

Citra adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat (Humas) (Widjaja, 2008:55). Pengertian citra itu sendiri abstrak dan tidak dapat diukur secara matematis, tetapi wujudnya dapat dirasakan dari hasil

penilaian baik atau buruk, seperti penerima dan tanggapan baik positif maupun negatif yang khususnya datang dari publik (khalayak sasaran) dan masyarakat luas pada umumnya. Krisis kepercayaan publik terhadap suatu organisasi dapat berdampak negatif terhadap citranya, hal ini biasanya ditimbulkan karena kualitas pelayanan publik yang buruk dan berujung pada masalah kepercayaan (Widjaja, 2008:55).

Pada dasarnya tujuan dari program kerja dan berbagai aktivitas Humas dilapangan pada praktiknya adalah bagaimana upaya menciptakan hubungan harmonis antara organisasi/perusahaan yang diwakili dengan publiknya sebagai sasaran khalayak yang terkait. Pada akhirnya tujuannya tersebut diharapkan akan tercipta citra positif, kemauan yang baik, saling menghargai, saling timbul pengertian, toleransi antara kedua belah pihak yang terkait dan sebagainya.

c. Pengertian Peranan Humas

Peranan petugas atau praktisi humas merupakan kunci penting untuk pemahaman fungsi dari humas. Menurut I Gusti Ngurah Putra (dalam Ruslan, 2005:22) mendefenisikan peranan humas dibagi menjadi dua, pertama seorang humas harus memiliki kemampuan managerial skill dan kedua mempunyai kemampuan teknis dalam berkomunikasi

Public Relations lazim diterjemahkan menjadi hubungan masyarakat (Humas) dalam bahasa Indonesia. *The International Public*

Relations Association (IPRA) merumuskan definisi Humas (Effendy, 2002:20-21) sebagai :

Fungsi manajemen dari sikap budi yang terencana dan berkesinambungan yang dengan itu organisasi-organisasi dan lembaga-lembaga yang bersifat umum dan pribadi berupaya membina pengertian, simpati dan dukungan dari mereka yang ada kaitannya atau yang mungkin ada hubungannya dengan jalan menilai pendapat umum diantara mereka untuk mengkorelasikan setepat mungkin, kebijaksanaan dan tata cara mereka yang dengan informasi yang berencana dan tersebar luas, mencapai kerjasama yang lebih produktif dan pemenuhan kepentingan bersama yang lebih efisien.

Menurut Dozier (dalam Ruslan, 2002) peranan petugas atau praktisi humas merupakan salah satu kunci penting untuk pemahaman fungsi humas dan komunikasi organisasi.

“peranan petugas humas dapat dibedakan menjadi 2 yakni peranan managerial (*communication manager role*) dan peranan teknis (*communication technician role*). Peranan manajerial dikenal dengan peranan di tingkat meso (managemen) dapat diurai menjadi 3 peranan yakni *expert preciber communication*, *problem solving process facilitator* dan *communication facilitator*. Sehingga bila dijelaskan lebih jauh terdapat 4 peranan meliputi sebagai berikut (dalam Frida Kusumastuti, 2002:24) :

1. Penasehat Pimpinan (*Expert Preciber Communication*)
Petugas humas dianggap sebagai orang yang ahli. Humas menasehati pimpinan organisasi.
2. Penanganan Masalah (*Problem Solving Process Facilitator*)
Peranan humas sebagai fasilitator dalam proses pemecahan masalah. Pada peranan ini petugas Humas melibatkan diri atau dilibatkan dalam setiap krisis. Humas menjadi anggota tim bahkan bila memungkinkan menjadi leader dalam penanganan krisis manajemen.

3. Fasilitator Komunikasi (*Communication Facilitator*)

Peranan petugas humas sebagai fasilitator komunikasi antara organisasi dengan publik. Baik dengan publik eksternal maupun internal. Istilah yang paling umum adalah sebagai jembatan komunikasi antara publik dengan organisasi sebagai media penengah bila terjadi krisis manajemen.

4. Teknisi Komunikasi (*Techician Communication*)

Petugas Humas dianggap sebagai pelaksana teknis komunikasi. Humas menyediakan layanan dibidang teknis, sementara kebijakan dan keputusan teknik komunikasi mana yang akan digunakan bukan merupakan keputusan petugas humas, melainkan keputusan manajemen dan petugas humas yang melaksanakannya”.

Dengan demikian maka pendukung program kerja dan peran pokok humas adalah bekerja demi kepentingan umum dapat memelihara komunikasi yang baik antara organisasi dengan publiknya serta memiliki sikap perilaku dan moral yang baik.

Menurut Ruslan (2002:327) dari peranan yang dilaksanakan tersebut maka humas dapat menjalankan fungsi-fungsi manajemen perusahaan. Secara garis besar aktivitas utama humas adalah :

a. *“Comunicator*

Kemampuan sebagai komunikasi baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui media atau tidak, disamping itu juga bertindak sebagai persuator sekaligus mediator.

b. *Relationship*

Kemampuan humas membangun hubungan positif, menciptakan saling pengertian, kepercayaan, dukungan, kerjasama dan toleransi antar perusahaan dengan publiknya baik publik internal maupun publik eksternal.

c. *Back Up Management*

Melaksanakan dukungan manajemen atau menunjang kegiatan lain seperti manajemen produksi, pemasaran, operasional, personalia, dan sebagainya untuk mencapai tujuan bersama dalam suatu kerangka tujuan pokok perusahaan.

d. *Good Image Maker*

Menciptakan citra atau publikasi yang positif merupakan prestasi, reputasi sekaligus menjadi tujuan utama bagi aktivitas

humas dalam melaksanakan tugasnya membangun citra atau nama baik perusahaan yang mewakilinya”.

Seperti yang dijelaskan diatas salah satu fungsi humas adalah sebagai jembatan penghubung atau penyambung lidah antara perusahaan dengan publiknya baik itu publik eksternal maupun publik internal. Hubungan baik yang terbentuk tentunya akan mendatangkan dampak baik bagi perusahaan dan publiknya. Melalui hubungan baik yang terjalin akan terbentuk opini publik yang positif dan mempengaruhi citra perusahaan secara umumnya. Sedangkan bagi publik terjalinnya hubungan baik dengan perusahaan dalam setiap kegiatan publiknya tentu akan memberikan keuntungan sendiri bagi publik suatu perusahaan. Dari uraian diatas sangat jelas kinerja atau peranan humas harus dioptimalkan agar tercapai tujuan yang diinginkan oleh perusahaan dan publik tentunya.

Menurut Ishak dan Koh Leng (dalam Ruslan, 2003:295) untuk pengukuran efektifitas atau peranan dari spesifikasi perencanaan program kerja dan kampanye humas, secara umum tolak ukurnya adalah sebagai berikut :

- a. *“Audience Coverage* (Khalayak yang ingin dicapai)
Untuk melihat keberhasilan, meneliti bagaimana kita mampu atau tidak dalam mencapai target khalayak sasarannya, jumlah khalayak yang ingin dijangkau, apa keinginan khalayak dan bagaimana responnya.
- b. *Audience Response* (tanggapan khalayak)
Bagaimana tanggapan dari khalayak sasaran dan apakah isi pesan dalam kampanye humas tersebut bermanfaat bagi publik sasarannya.
- c. *Communication Impact* (pengaruh komunikasi)

Setelah menilai reaksi maka apa pengaruh dari pesan-pesan dalam komunikasi tersebut bermanfaat atau tidak bagi khalayak sasaran yang dimaksud.

d. *Prosess of Influence* (proses pengaruh)

Apakah proses dari kegiatan komunikasi tersebut secara efektif dapat mempengaruhi khalayak sasaran”.

Menurut Jhon D. Millet dalam bukunya, *management in public service the quest for effective performance*, Humas dalam sebuah perusahaan memiliki beberapa peranan untuk melaksanakan tugas utamanya, yaitu :

1. Mengamati dan mempelajari tentang hasrat, keinginan-keinginan dan aspirasi yang terdapat dalam masyarakat (*learning about public desires and aspiration*).
2. Kegiatan memberikan nasehat atau sumbang saran untuk menanggapi apa sebaiknya yang dilakukan oleh perusahaan seperti yang dikehendaki oleh pihak publiknya (*advising the public about what is should desire*).
3. Kemampuan untuk mengusahakan terjadinya hubungan yang harmonis yang diperoleh antara hubungan publik dengan para aparat instansi/perusahaan.
4. Memberikan penerangan dan informasi tentang apa yang telah diupayakan oleh suatu perusahaan yang bersangkutan (*informing and about what an agency is doing*).

Kemudian menurut Dimock dan Koenig (Ruslan, 2005 : 338), pada umumnya tugas dan peranan dari seorang Humas adalah :

1. Upaya memberikan penerangan atau informasi kepada masyarakat tentang kebijakan serta tujuan yang akan dicapai perusahaan dalam melaksanakan program kerja yang telah dibuat.
2. Mampu untuk menanamkan keyakinan dan kepercayaan serta mengajak masyarakat dalam partisipasinya atau ikut serta pelaksanaan program kerja dan pembangunan diberbagai bidang sosial, budaya, ekonomi, politik serta menjaga stabilitas dan keamanan nasional.
3. Kejujuran dalam pelayanan dan pengabdian dari aparatur perusahaan yang bersangkutan perlu dipelihara atau dipertahankan dalam melaksanakan tugas serta kewajibannya masing-masing.

Sedangkan menurut Widjaja (2008:101), Humas berperan untuk :

1. Memberi masukan kepada pimpinan/atasan, seperti yang dirasakan masyarakat, dan memberikan masukan kepada masyarakat tentang maksud dan tujuan pembangunan dan pengembangan program agar masyarakat tahu, mengerti dan tidak merasa asing.
2. Humas juga berperan sebagai mediator yang mampu mensekresikan antara apa yang diharapkan dan apa yang diwujudkan.
3. Mempertemukan kepentingan bersama lembaga/instansi dan khalayak.

Dalam menjalankan fungsinya Humas juga memiliki peran ganda. Pertama sebagai fungsi keluar berupa memberikan informasi atau pesan-pesan sesuai dengan tujuan dan kebijaksanaan instansi atau

perusahaan kepada masyarakat sebagai khalayak sasaran dan kedua sebagai fungsi kedalam yaitu wajib menyerap reaksi, aspirasi atau opini khalayak tersebut diserasikan demi kepentingan instansinya atau tujuan bersama.

d. Pengertian Fungsi Humas

Fungsi humas bersifat melekat pada manajemen perusahaan yaitu bagaimana Humas dapat menyelenggarakan komunikasi dua arah timbal balik antara organisasi atau lembaga yang diwakilinya dengan publiknya. Artinya peranan ini turut menentukan sukses atau tidaknya misi, visi dan tujuan bersama dari organisasi atau lembaga tersebut.

Peranan umum humas dalam manajemen suatu badan atau organisasi itu dapat dilihat pada aktivitas pokok Humas tersebut (Ruslan, 2002:22), yaitu :

1. Mengevaluasi sikap atau opini publik.
2. Mengidentifikasi kebijakan dan prosedur organisasi atau perusahaan dengan kepentingan publiknya.
3. Merencanakan dan melaksanakan aktivitas Humas.

Menurut Effendy (2002:107)

“ fungsi Humas pada kegiatan menciptakan dan mewujudkan hubungan yang harmonis antara pimpinan organisasi dengan para pegawai. Fungsi Humas adalah penunjang keberhasilan pelaksanaan tugas pokok dan fungsi institusi serta penunjang bagi keberhasilan pelaksanaan kebijaksanaan-kebijaksanaan pimpinan instansi. Keberhasilan atau kegagalan tugas pokok dan fungsi

instansi pada akhirnya merupakan tanggung jawab pimpinan puncak”.

Canfiel (dalam Effendy, 1993:137) mengemukakan 3 fungsi humas yaitu :

- a. Mengabdikan kepada kepentingan umum
- b. Memelihara komunikasi yang baik
- c. Menitik beratkan moral dan tingkah laku yang baik

Menurut ketiga fungsi Humas diatas sangat jelas menerangkan bahwa Humas (khususnya humas PT.IKPP) merupakan lembaga yang tak bisa terlepas dari kepentingan umum. Dan sebagai perantara Humas harus mampu menjalankan tugasnya untuk menjalin hubungan yang harmonis antara organisasi dengan masyarakat. Hal ini sebagai *relationship* yang berupaya membina hubungan positif dan saling menguntungkan antara kedua belah pihak, sekaligus sebagai upaya untuk menciptakan citra yang baik bagi organisasi atau lembaganya. Selain itu menurut Edward L Bernay (Ruslan, 2003:18) terdapat tiga kegiatan humas :

1. Memberikan penerangan kepada masyarakat
2. Melakukan persuasi untuk merubah sikap dan perbuatan masyarakat secara langsung
3. Upaya untuk mengintegrasikan sikap dan perbuatan suatu lembaga dengan sikap dan perbuatan masyarakat dan sebaliknya.

Dalam fungsi kerja humas pada umumnya tidak ada sesuatu yang diperjualbelikan atau transaksi yang terjadi, baik berbentuk produk

barang maupun jasa pelayanan yang ditawarkan pada pihak yang dibutuhkan secara komersial. Humas hanya melakukan kegiatan yang berkaitan dengan publik servis atau publik utilities demi kepentingan pelayanan umum. Maka dari itu Humas merupakan suatu fungsi strategis dalam manajemen yang melakukan komunikasi untuk menimbulkan pemahaman dan penerimaan dari publik. Dalam proses penerimaan publik ini, organisasi perlu memperhatikan hubungan yang harmonis dengan masyarakatnya seperti terbuka, jujur, fair, konsisten dan tidak mengasingkan diri (Kasali, 1994:15).

Dalam menjalankan fungsinya, *public relations officer* atau praktisi Humas dituntut untuk memiliki empat kemampuan yaitu :

1. Memiliki kemampuan mengamati dan menganalisa suatu persoalan berdasarkan fakta dilapangan, perencanaan kerja, komunikasi dan mampu mengevaluasi problematika yang sedang dihadapi.
2. Kemampuan untuk menarik perhatian, melalui berbagai kegiatan publisitas yang kreatif, inovatif, dinamis dan menarik bagi publiknya sebagai target sasaran.
3. Kemampuan untuk mempengaruhi pendapat umum melalui kekuatan Humas dalam merekayasa pandangan atau opini publik yang searah dengan kebijakan organisasi atau instansi yang diwakilinya itu dalam posisi yang saling menguntungkan.

4. Kemampuan Humas dalam menjalin suasana saling percaya, toleransi, saling menghargai, *good will* dan sebagainya, dengan berbagai pihak publik internal maupun publik eksternal.

Dengan demikian maka pendukung program kerja dan peran pokok Humas adalah bekerja demi kepentingan umum, dapat memelihara komunikasi yang baik antara organisasi dengan publiknya serta memiliki sikap laku dan moral yang baik. Maka peran Humas ideal yang harus dimiliki oleh praktisi Humas dalam organisasi (Ruslan, 2002:109) antara lain :

1. Menjelaskan tugas organisasi pada pihak publiknya. Hal ini dapat dilaksanakan apabila *public relations officer* yang bersangkutan dapat memahami informasi yang akan disampaikan.
2. Bertindak sebagai radar, tetapi juga mampu memperlancar tugas *public relationsnya*. Sehingga pesan yang disampaikan tidak membingungkan dan sulit untuk diterima publiknya.
3. Manajemen Humas harus memiliki kemampuan untuk melihat kedepan atau memprediksi sesuatu secara cepat dan tepat yang didasarkan pada pengetahuan akan data dan sumber informasi yang aktual dan faktual serta menyangkut kepentingan-kepentingan organisasi maupun publiknya.

e. Kegiatan Humas sebagai proses komunikasi

Dalam Onong Ucjiana (2002:133) juga disebutkan salah satu pengertian Humas itu sendiri sebagai *state of being* yaitu kegiatan

komunikasi yang diwujudkan dalam bentuk lembaga. Peranan komunikasi dalam suatu organisasi dewasa ini pada tingkat yang penting dalam usaha menciptakan, menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik secara teratur antara organisasi dan publiknya. Bentuk komunikasi yang dilakukan adalah komunikasi timbal balik (*two-way traffic communication*) yang merupakan alat memperlancar pemahaman yang tepat ini memungkinkan setiap peserta komunikasi memiliki peran ganda, dalam artian pada suatu saat bertindak sebagai *sender* (pengirim pesan), namun pada waktu lain berlaku sebagai *receiver* (penerima pesan). Sehingga dalam bentuk komunikasi ini dapat diketahui secara langsung umpan balik (*feed back*) yang ditimbulkan dari setiap peserta dalam komunikasi ini.

Pada penelitian ini masalah yang diketengahkan adalah peranan Humas PT.IKPP dalam menyampaikan pesan dan informasi kepada masyarakat. Kegiatan Humas PT.IKPP dalam menyampaikan pesan dan informasi kepada masyarakat dalam prakteknya dapat terlaksana secara efektif dengan menggunakan prinsip-prinsip komunikasi yang sederhana, yaitu komunikator, pesan, media, komunikan dan umpan balik, sehingga dapat kita lihat pada praktiknya sebagai berikut :

1. Berperan sebagai komunikator adalah PT.IKPP melalui Humasnya, berusaha memposisikan dirinya sebagai corong PT.IKPP yang senantiasa berusaha mencari cara efektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat secara luas dalam rangka untuk

meningkatkan kegiatan. Dalam menjalankan fungsinya sebagai komunikator dalam proses komunikasi, Humas dituntut untuk memiliki kemampuan (Ruslan , 2002:109) yaitu :

- a. Memiliki kemampuan mengamati dan menganalisa suatu persoalan berdasarkan fakta dilapangan, perencanaan kerja dan mampu mengevaluasi permasalahan yang sedang dihadapi.
 - b. Kemampuan untuk menarik perhatian melalui publisitas yang kreatif, inovatif, dinamis, dan menarik bagi publiknya sebagai target sasaran.
 - c. Kemampuan untuk mempengaruhi pendapat umum melalui kekuatan Humas dalam merekayasa pandangan atau *opini public* yang searah dengan kebijakan organisasi.
 - d. Kemampuan Humas dalam menjalin suasana saling percaya, toleransi, saling menghargai dan sebagainya dengan berbagai pihak baik publik internal maupun publik eksternal.
2. Proses komunikasi sangat erat kaitannya dengan pesan yang akan disampaikan. Salah satu cara yang efektif adalah yakinkan pesan yang akan disampaikan kepada publik benar-benar mengandung citra yang hendak dibentuk, sehingga terciptanya hubungan yang positif dan saling menguntungkan antara kedua belah pihak.

2. Informasi

a. Pengertian Informasi

Informasi adalah suatu usaha untuk memberikan penerangan atau pemberitahuan tentang suatu kabar atau berita. Informasi juga disebut sebagai pesan, pesan terjadi karena ada penyampai pesan. Terjadinya informasi membuat terjalinnya hubungan antara penyampai pesan dengan penerima pesan (Widjaja, 2000 : 31).

Untuk lebih jelasnya pengertian dari informasi berikut penjelasan dalam pasal 8 bab II Keputusan Menteri Dalam Negeri No.270/1982 sebagai berikut :

1. “Informasi yang dimaksud surat keputusan ini adalah data yang telah diolah, yang telah disampaikan kepada atau didapatkan oleh seseorang atau pihak akan memberikan pengertian, kepastian, ketegasan dan kejelasan terhadap hal-hal yang berhubungan dengan kebijakan terhadap hal-hal yang berhubungan dengan kebijaksanaan dan kegiatan Departemen Dalam Negeri.
2. Informasi politic adalah informasi yang berkaitan dengan perumusan, pengamanan, dampak dan umpan balik terhadap kebijaksanaan Menteri Dalam Negeri, Gubernur, Bupati, Walikota, Kepala Daerah.
3. Informasi teknis adalah informasi yang berkaitan dengan pelaksanaan dan penjabaran kebijaksanaan kebijakan politik serta kegiatan pejabat-pejabat teknis dan hasil-hasilnya”.

Dalam hal ini ahli komunikasi Wilbur Schramm (dalam Edward Depari, 1991:45), mengatakan bahwa semua kita hendaknya menyampaikan kepada masyarakat segala informasi tentang pembangunan secara transparan agar masyarakat memusatkan perhatian pada kebutuhan akan perubahan, kesempatan dan cara mengadakan sarana-sarana perubahan dan membangkitkan aspirasi kebangsaan kita. Dalam kenyataan sehari-hari tidak ada kegiatan yang dilakukan oleh manusia yang tidak memerlukan informasi. Dan sejalan dengan hal

tersebut semua kegiatan yang dilakukan akan menghasilkan informasi, baik pribadi atau lembaga. Informasi diperlukan dan berguna bagi semua jenis dan bentuk kegiatan dalam masyarakat.

b. Sifat – sifat informasi

Untuk dapat menyajikan informasi yang akurat maka harus diketahui sifat-sifat informasi :

1. Informasi yang relevan dan tidak relevan
2. Informasi dapat berguna dan kurang berharga
3. Informasi dapat tepat waktu dapat pula tidak tepat waktunya
4. Informasi dapat valid dan tidak valid.

c. Proses informasi

Dalam proses penyampaian informasi ada berbagai macam cara yang dilakukan agar pesan yang ingin disampaikan dapat sampai pada sasaran yang ingin dituju. Maka pada proses ini ada beberapa media yang dapat digunakan guna mempermudah kita dalam melakukan proses penyampaian informasi, diantaranya ialah :

a) Media cetak

Dalam memberikan informasi kepada publiknya, Humas menggunakan media cetak sebagai salah satu media komunikasi. Diantaranya adalah surat kabar, majalah, tabloid, buku, dan bahan-bahan cetakan lainnya yang bersifat mendidik dan informatif.

b) Media elektronik

Dalam era globalisasi dan informasi saat sekarang ini, media elektronik sebagai salah satu media dalam proses komunikasi memiliki peranan dan kelebihan tersendiri. Diantaranya adalah televisi, radio, dan termasuk didalamnya internet.

c) Audio-visual yaitu media komunikasi yang terdiri dari slide dan kaset video atau gulungan film-film dokumenter.

d) Pameran (*exhibition*) yaitu kegiatan publikasi yang menggelar secara khusus dalam melaksanakan suatu program atau kampanye Humas.

e) Surat langsung, media ini lazim pula digunakan sebagai alat penyampaian pesan kehumasan. Biasanya cara ini digunakan menyampaikan permasalahan internal yang tidak ingin dipublikasikan secara luas.

f) Pesan-pesan lisan yaitu penyampaian pesan secara langsung dan tatap muka. Kegiatan seperti ini biasanya dilakukan untuk pendekatan-pendekatan persuasif dan kegiatan loby. Bisa dilangsungkan dalam berbagai kesempatan seperti dalam acara jamuan makan, disela-sela pertemuan dinas atau dalam suatu seminar.

g) Jurnal organisasi (*house journal*) yaitu media cetak yang diterbitkan oleh Humas mewakili organisasi yang bersangkutan. Istilah ini memiliki berbagai macam padanan seperti jurnal internal, buletin terbatas dan lain sebagainya (Widjaja, 2000:55)

Sedangkan pendapat lain mengatakan media merupakan saluran informasi yang sangathandal. Kerjasama antarapetugas *public relations* dan wartawan yang saling menghargai akan memaksimalkan hasil dari aktivitas *media relations* yang dilakukan (Tondowidjojo, 2002: 33).

d. Informasi Program *Comunity Development*

Banyak jenis informasi yang dapat disebarkan kepada masyarakat dan salah satunya adalah informasi program *Comunity Development* (Dokumentasi, 17 April 2012), yaitu :

1. Bidang Pendidikan.
2. Bidang Kesehatan
3. Bidang Infrastruktur
4. Bidang PPKM

I. Konsep Operasional

Salah satu yang menjadi tolak ukur adalah kegiatan *Commonity Development* yang dilaksanakan PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang, tentunya akan mendapat respon positif dari masyarakat apabila penyebaran informasi program *Comunity Development* tersebut dapat disosialisasikan dengan baik. Sebaliknya, jika informasi program tersebut tidak dapat disosialisasikan dengan baik maka akan terjadi kendala dalam proses kegiatan

tersebut, diantaranya adalah terjadinya benturan kepentingan dan salah persepsi akan kegiatan yang telah dilaksanakan.

Untuk itu penulis menetapkan indikator-indikator peranan Humas PT.

Indah Kiat Pulp & Paper Perawang sebagai berikut :

1. Memberikan informasi kepada masyarakat sekitar perusahaan tentang semua program Humas yang mencakup kegiatan *Community Development* di bidang ekonomi, sosial budaya, pendidikan, dan kesehatan. Menggunakan berbagai media yang ada, hal ini dilakukan dengan tujuan agar masyarakat bersedia ikut serta secara aktif.
2. Meyakinkan masyarakat tentang maksud, tujuan serta kegunaan dari suatu kegiatan yang telah dilaksanakan, kegiatan bisa dilakukan dengan cara mengadakan kegiatan untuk menginformasikan program yang telah dibuat dan hasil dari program tersebut.
3. Mengajak masyarakat agar berperan aktif dalam kegiatan tersebut termasuk memberikan masukan dan kritikan dengan tolak ukur yang penulis tetapkan adalah :
 - a. Masyarakat mengirimkan surat resmi berisikan tanggapan terhadap kegiatan yang telah dilaksanakan oleh perusahaan.
 - b. Dialog dan diskusi antara perusahaan dan masyarakat, dengan tujuan untuk mengetahui tanggapan masyarakat atas apa yang telah diupayakan perusahaan dalam kegiatannya.

- c. Dengan melihat pesan singkat (short message service atau sms) yang dikirimkan masyarakat pada media massa yang menanggapi kegiatan yang telah diupayakan perusahaan.
- 4. Adanya kegiatan penyebaran informasi kegiatan dari perusahaan melalui media massa, baik media cetak dan media elektronik.

J. Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang menggambarkan perbandingan antara teori dan praktek lapangan kemudian di analisa untuk ditarik kesimpulan dan saran. Sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan. Dimana untuk mendapatkan kesimpulan yang objektif, peneliti mencoba mendalami, menerobos gejalanya dengan menginterpretasikan masalah atau dengan mengumpulkan kombinasi dari berbagai permasalahan sebagaimana disajikan dalam situasinya. Denzim dan Lincoln menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar belakang alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode. Yang ada seperti wawancara, pengamatan dan pemanfaatan dokumen (Moleong, 2005:5).

Pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan suatu uraian mendalam tentang ucapan, tulisan, dan tingkah laku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, organisasi tertentu dalam suatu

konteks setting tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif dan holistic Bogdan and Taylor (dalam Ruslan, 2003:215).

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini penulis lakukan di PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang, kecamatan Tualang Perawang.

2. Subjek dan Objek penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi subjek adalah Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang dan objek penelitian ini adalah peranan Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang dalam menyebarkan informasi program *Community Development* kepada masyarakat

3. Jenis dan sumber data

Untuk memperoleh data-data yang diperlukan, penulis menggunakan data:

a. Data primer

Yaitu data yang diperoleh langsung dari lapangan dengan melakukan wawancara, direkan Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang masih bergabung dengan Ararabadi, maka penulis hanya akan mewawancarai 4 (empat) orang Humas yang bertanggungjawab terhadap PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang.

b. Data sekunder

Yaitu data yang bersumber dari dokumentasi yang ada di PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang berupa gambaran umum perusahaan,

struktur organisasi, visi dan misi, program kerja, dan data pelengkap lainnya.

4. Teknis pengumpulan data

- a. Observasi yaitu teknik pengambilan data dengan cara melakukan kunjungan dan pengamatan secara langsung di lokasi penelitian dengan mengamati kegiatan yang dilakukan pegawai sehari-hari. Alat mengumpulkan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat sistematis gejala-gejala yang diselidiki (Cholid Narbuko, 2001:70).
- b. Wawancara yaitu cara pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara dengan responden yang berhubungan dengan penelitian.
- c. Dokumentasi yaitu cara pengumpulan data dengan memperolehnya dari berbagai literatur maupun dari pustaka.

5. Analisis Data

Sejalan dengan jenis dan tujuan penelitian deskriptif adalah membuat deskriptif atau gambaran secara faktual mengenai fakta-fakta dan sifat. Untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan penulis menggunakan metode deskriptif yaitu suatu teknik analisis data dengan cara menggambarkan keadaan atau objek penelitian yang diperoleh lapangan secara faktual mengenai sifat dan beberapa kesimpulan sebagai hasil penelitian yang akan disajikan dalam bentuk uraian, maka metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif. Data yang

penulis peroleh dari suatu instansi perusahaan selanjutnya dianalisa dengan metode deskriptif. Dengan metode deskriptif ini data disusun sedemikian rupa berdasarkan teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan (Moleong, 2005:54).

Dengan metode ini berusaha menggambarkan senyatanya dengan fakta dan informasi yang timbul dalam hubungannya dengan masalah-masalah yang mempengaruhi kelancaran penyampaian informasi berdasarkan data-data yang diperoleh pada waktu mengadakan penelitian dan pengamatan.

K.Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang
- B. Alasan Pemilihan Judul
- C. Penegasan Istilah
- D. Permasalahan
- E. Tujuan Penelitian
- F. Kegunaan Penelitian
- G. Kerangka Teoritis
- H. Konsep Operasional
- I. Metode Penelitian
- J. Sistem Penulisan

BAB II GAMBARAN UMUM WILAYAH PENELITIAN

- A. Sejarah singkat PT.INDAH KIAT PULP AND PAPER PRODUCTS
Tbk Perawang
- B. Visi dan misi perusahaan
- C. Letak perusahaan
- D. Struktur organisasi
- E. Program kerja Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Products, Tbk
Perawang

BAB III PENYAJIAN DATA

- A. Penjaelasan
- B. Kedudukan Humas pada PT. Indah Kiat Pulp & Paper Products, Tbk
Perawang
- C. Peranan Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Products, Tbk Perawang
dalam menyebarkan informasi *Comunity Development* kepada
masyarakat.
- D. Faktor pendorong dan penghambat dalam menyebarkan informasi

BAB IV ANALISIS DATA

- A. Penjaelasan
- B. Kedudukan Humas pada PT. Indah Kiat Pulp & Paper Products, Tbk
Perawang

- C. Peranan Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Products, Tbk Perawang dalam menyebarkan informasi *Comunity Development* kepada masyarakat.
- D. Faktor pendorong dan penghambat dalam menyebarkan informasi
- E. Ringakasan kajian

BAB V PENUTUP

BAB II

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan.

Perusahaan PT. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk Perawang adalah perusahaan Swasta Nasional yang bergerak dalam bidang Industri Pulp & Kertas dengan status Penanaman Modal Asing (PMA).

PT. Indah Kiat Pulp & Paper Tbk, Perawang pertama kali di pelopori oleh Soetopo Jananto (Yap Sui Kie) yang pada saat itu beliau memimpin Berkat Group di tahun 1975. Berkat Group yang memiliki banyak anak angkat tersebut memulai kerja sama dengan perusahaan Chung Hwa Pulp Corporation, Taiwan & Yuen Foong Yu Paper Manufacturing, Taiwan, untuk kemudian melakukan *survei* pertama studi kelayakan usaha dengan lokasi pendirian berbagai macam pabrik yang diantaranya :

1. Pabrik Kertas di Serpong, Tangerang – Jawa Barat.
2. Pabrik Pulp di Jawa Tengah, Jambi dan Riau serta tujuh daerah lainnya di Indonesia.

Pada tahun 1976, di urus perizinan pembebasan tanah, izin penanaman modal dengan status Penanaman Modal Asing (PMA) dengan ini Presiden pada tanggal, 11 April 1976, Perusahaan resmi berdiri pada tanggal 07 Desember 1976 dengan Notaris Ridwan Soesilo, SH (Dokumen Kantor, 17 April 2012).

Permohonan pendirian pabrik dilakukan dengan status PMA, dimaksudkan untuk memudahkan mendatangkan tenaga asing, sebab tenaga lokal belum menguasai tentang pembuatan kertas di samping memberikan perangsang agar investor asing mau masuk ke Indonesia.

Perencanaan pabrik dan studi kelayakan dilanjutkan pada tahun 1977 untuk menentukan proses, teknologi dan kapasitas produksi. Setelah itu dilakukan pembangunan pabrik kertas budaya (*Wood free printing & writingpaper*) fase I dengan memasang dua line mesin kertas yang masing masing berkapasitas 50 ton per hari. Pabrik ini berlokasi di Jl Raya Serpong, Tangerang – Jawa Barat di tepi sungai Cisadane(Dokumen Kantor, 17 April 2012).

Setahun kemudian dilakukan produksi percobaan pada pabrik tersebut dengan hasil cukup memuaskan. Tanggal 01 Juni 1979 dilakukan produksi komersil, sekaligus diadakan hari peresmian lahirnya PT. Indah Kiat Pulp & Paper - Tangerang. Adapaun tanggal itu di pilih, karena bertepatan dengan tanggal kelahiran Bapak Soetopo, disamping pembuatan logo dan motto : “ Turut membangun negara, mencerdaskan bangsa dan melestarikan lingkungan “. Kemudian tahun berikutnya dilakukan *survei* ke II di Propinsi Jambi dan Riau sebanyak sepuluh kali, menghasilkan Pabrik Kertas Tangerang fase II dengan memasang mesin kertas line ke-3 yang berkapasitas 50 ton per hari.

Akhirnya setelah mempertimbangkan data studi kelayakan lokasi tahun 1975, khususnya lokasi pabrik yang sesuai dengan sumber bahan baku,

pengangkutan dan lain sebagainya, maka studi lanjutan di lakukan di desa Pinang Sebatang dan Perawang, Kecamatan Siak Sri Indrapura, Kabupaten Bengkalis Propinsi Riau dan pada tanggal 05 September 1981, dilakukan pembebasan tanah dan perizinan(Dokumen Kantor, 17 April 2012).

Tahun 1982 dilakuakan pembukaan lahan dan perataan hutan. Hak Pengusahaan Hutan yang di miliki PT. Indah Kiat Pulp & Paper, Tbk Perawang meliputi pemungutan dan penebangan, pemeliharaan dan perlindungan serta penjualan hasil :

1. HPH (Hak Penerbangan Hutan) pembalakan (*Logging*) adalah hak pengusahaan hutan dengan tujuan pemanfaatan kayu (Log) untuk di jual dengan prinsip dan azas lestari yang berkesinambungan.
2. HPH Hutan Tanaman Industri adalah hak pengelolaan hutan yang tidak produktif menjadi hutan hutan produktif dengan cara penanaman hutan buatan dari jenis yang mempunyai nilai ekonomi tinggi.
3. Izin pemanfaatan kayu adalah hak untuk pemanfaatan kayu dari suatu wilayah hutan yang akan di konversikan menjadi bentuk lain dalam waktu maksimum 1 tahun.

Sementara itu pengoperasian mesin kertas line 3 di pabrik kertas Tangerang dilakukan disamping persiapan lokasi pabrik Pulp di desa Pinang Sebatang Kecamatan Siak Sri Indrapura, Kabupaten Bengkalis Propinsi Riau.

Setahun kemudian pembangunan fisik pabrik *fase* I di mulai di Propinsi Riau. Secara bersamaan dibangun pula fasilitas bongkar muat berupa

pelabuhan khusus yang dapat di sandari oleh Kapal Samudera dengan bobot mati lebih dari 6000 ton, yang berjarak lebih kurang 1.5 km dari lokasi pabrik di tepi sungai Siak (Dokumen Kantor, 17 April 2012).

Produksi percobaan pabrik Pulp dilakukan ditandai dengan peresmian pabrik oleh Presiden Republik Indonesia Bapak Soeharto, pada tanggal 24 Mei 1984. Saat itu kapasitas pabrik pulp sulfat yang di Kelantang (*Bleached Kraft Pulp*) adalah 75 000 per tahun, sehingga kebutuhan Pulp untuk pabrik kertas di Tangerang tidak perlu di import lagi, melainkan di penuhi oleh pasokan Pulp dari Propinsi Riau. Pabrik ini merupakan pabrik Pulp Sulfat Kelantang berbahan baku kayu pertama di Indonesia. Pada tahun ini juga dimulai pembangunan Hutan Tanaman Industri (HTI) berdasarkan kerjasama PT. Indah Kiat Pulp & Paper Corporation dengan PT. Arara Abadi.

Tahun 1985 produksi Pulp 250 ton per hari dicapai, dan dilanjutkan perencanaan pembangunan Hutan Tanaman Industri (HTI) tahap II. Pada tahun ini PT. Indah Kiat Pulp & Paper sempat mengalami kerugian disebabkan pengaruh resesi dunia, produksi kualitas masih belum stabil, disamping adanya pengganti – alihan pimpinan dari Bapak Soetopo Jananto kepada Bapak Boediono Jananto, putra pertama beliau.

Pada tahun 1986, hak kepemilikan Indah Kiat di beli oleh “ SINAR MAS GROUP “ yang dipimpin oleh Bpk. Eka Cipta Wijaya, dengan pembagian saham :

1. PT. Satria Perkasa Agung : 67%.
2. Chung Hwa Pulp Corp : 23 %.

3. Yuen Fong Yu Paper Manufacturing : 10 %

Setahun kemudian merupakan masa transisi dari Bapak. Boedianto Jananto kepada Bapak Teguh Ganda Wijaya, putra dari Bapak Eka Cipta Wijaya. Pada tahun ini pula produksi Pulp 300 ton per hari tercapai setelah dilakukan modifikasi fasilitas produksi.

Pembangunan *fase* I pabrik kertas Perawang di mulai tahun 1988 dengan memasang satu line mesin kertas budaya (*Wood Free Printing & writing paper*) yang berkapasitas 150 ton per hari. Adanya pabrik kertas ini menjadikan pabrik Perawang sebagai pabrik Pulp dan Kertas terpadu.

Tahun 1989 dilakukan pembangunan pabrik Pulp *fase* II di Perawang dengan kapasitas 500 ton per hari. Produksi komersil pabrik kertas I di tandai dengan peresmian oleh Presiden Republik Indonesia Bapak Soeharto bertempat di Lok Seumawe – Aceh . Kemudian tahun 1990, pembangunan pabrik kertas *fase* II di Pinang Sebatang di mulai dengan pemasangan mesin kertas berkapasitas 500 ton per hari yang merupakan salah satu mesin kertas budaya terbesar di Asia. Produksi percobaan pabrik Pulp *fase* II di lakukan . Perseroan melakukan penjualan saham kepada masyarakat serta koperasi koperasi dengan pembagian saham :

1. PT. Puri Nusa Eka Persada : 58.23 %
2. Cung Hwa Pulp Corp.: 19.99 %
3. Yuen Fong Yu Paper Manufacturing : 8.69 %.
4. Masyarakat : 13.09 %

Produksi komersial pabrik kertas *fase* II dan pabrik Pulp *fase* II dilakukan tahun 1991 yang ditandai dengan peresmian oleh Presiden Republik Indonesia : Bapak Soeharto di Cikampek Jawa Barat. Sehingga PT. Indah Kiat Pulp & Paper Coporation merupakan satu satunya produsen pulp dan kertas Indonesia yang masuk dalam jajaran 150 besar dunia, dilanjutkan penjualan saham tahap II kepada masyarakat dan 22 koperasi di lakukan dengan pembagian saham :

1. PT. Puri Nusa Eka Persada 54.39 %
2. Cung Hwa Pulp Corporation 19.99 %
3. Yuen Fong Yu Paper Manufacturing 8.69 %.
4. Masyarakat 16.93 %

Dan proses persiapan pelaksanaan program Bapak angkat - Anak Angkat dilakukan, yaitu merupakan program keterkaitan industri besar dengan industri kecil oleh Departemen Perindustrian dan Pemda Dati I Riau.

Tahun 1992 dimulai persiapan pembangunan *fase* II pabrik pulp dimulai. Pengukuhan Anak Angkat dilakukan menyangkut industri kerajinan kulit, industri sepatu kulit, kerajinan batik, konveksi pakaian, pengecoran logam, tenun tradisional Siak, cat logam dan lain-lain. Dan setahun kemudian dilakukan pembangunan *fase* II pabrik Pulp dimulai (Pulp 8) dengan kapasitas 1300 ton perhari, dimana uji coba produksi dilakukan pada akhir tahun. Disamping itu, PT. Indah Kiat Pulp & Paper juga turut membantu pemerintah dengan menerima karyawan magang asal Timor Timur sebanyak 20 orang berdasarkan Program Departemen Tenaga Kerja.

Tahun 1994, pabrik Pulp *fase* III beroperasi secara komersial, bergabung bersama-sama pabrik Pulp I dan II untuk menghasilkan Pulp yang bermutu tinggi sehingga kapasitasnya dapat ditingkatkan dari 800 ton menjadi 1200 ton perhari. Kemudian pembangunan pabrik Pulp *fase* IV dilakukan pada tahun berikutnya dengan kapasitas 1600 ton per hari, dimana uji coba operasi dijadwalkan pada akhir tahun 1996(Dokumen Kantor, 17 April 2012).

Tahun 1997 PT. Indah Kiat Pulp & Paper mendapat lagi penghargaan *Zero Accident* (Nihil Kecelakaan Kerja) dari Presiden RI, serta mendapat sertifikat ISO 14001. Saat itu, perusahaan menerima 5 orang tenaga kerja asal Timor Timur.

Pada tahun 1998 pembangunan pabrik kertas III dengan kapasitas 1300 ton per hari dicapai dan dimulai pembangunan gedung *Training Center* dengan biaya senilai dua milyar.

PT. Indah Kiat Pulp & Paper adalah salah satu badan hukum swasta nasional yang dipercaya pemerintah untuk mengusahakan hutan dan industri hasil hutan dalam bentuk HPH Goup :

1. PT. Arara Abadi, luas konsesi +/- 265.000 Ha.
2. PT. Wira Karya Sakti, luas konsesi +/- 220.000 Ha.
3. PT. Mapala Rabda, luas konsesi +/- 155.000 Ha.
4. PT. Dexter Timber Perkasa Indonesia, luas konsesi +/- 51.000 H

B. Visi dan Misi Perusahaan

Visidari PT. Indah Kiat Pulp & Paper adalah menjadi perusahaan kertas yang berstandar Internasional dengan kualitas kertas yang sangat baik, dan bias bersaing dengan perusahaan kertas lainnya baik dari tingkat domestik maupun internasional.

Sedangkan Misi dari PT. Indah Kiat Pulp & Paper adalah Berkerjasama dengan integritas dan komitmen kepada pelanggan, karyawan dan para pemegang saham dalam waktu yang bersamaan dan memantapkan perhatian kepada pengawasan terhadap kualitas dan performansi prima dari produk kertas industri PT. Indah Kiat Pulp & Paper (Dokumen Kantor, 17 April 2012).

C. Letak Perusahaan.

Letak perusahaan adalah merupakan tempat perusahaan melakukan aktifitas. Sebelum mendirikan perusahaan / pabrik, maka harus dibuat perencanaan agar lokasi pabrik itu betul-betul menguntungkan bila dilihat dari segi ekonomisnya, karena banyak perusahaan yang menderita kerugian yang disebabkan oleh lokasi perusahaan / pabrik yang tidak tepat. Lokasi perusahaan / pabrik yang tepat ini adalah untuk membantu perusahaan / pabrik beroperasi atau dapat memproduksi dengan lancar, efektif, dan efisien. Dengan adanya penentuan lokasi perusahaan / pabrik yang tepat atau baik ini akan dapat menentukan :

1. Kemampuan perusahaan dalam melayani konsumen dengan memuaskan.
2. Mendapatkan bahan-bahan mentah yang cukup dan kontiniu dengan harga yang layak.
3. Mendapatkan tenaga kerja yang cukup.

Kalau kita lihat PT. Indah Kiat Pulp & Paper, Tbk Perawang mempunyai dua lokasi yaitu lokasi kantor dan lokasi pabrik, yang mana lokasi kantor terletak dijalan Teuku Umar No.51 Pekanbaru. Sedangkan lokasi pabriknya terletak di Km 26 Jalan Raya Minas – Perawang.

Bila kita perhatikan mengenai lokasi perusahaan ini, perusahaan telah berada pada lokasi yang tepat atau strategis, karena pertimbangan untuk mendapatkan bahan baku dan transportasi. Dimana bahan baku mudah dipasok baik melalui darat maupun laut(Dokumen Kantor, 17 April 2012)

D. Struktur Organisasi.

Sebelum penulis mengemukakan bentuk struktur organisasi PT.Indah Kiat Pulp & Paper, Tbk Perawang ini, maka terlebih dahulu penulis akan mengemukakan latar belakang timbulnya organisasi. Timbulnya organisasi disebabkan karena manusia dalam memenuhi kebutuhan memerlukan bantuan dari orang lain. Untuk itu orang-orang tersebut melakukan kerja sama untuk mencapai tujuan yang telah disepakati. Dengan adanya kerja sama dan tujuan bersama tersebut, maka timbullah apa yang dinamakan organisasi.

Unsur – unsur yang menyebabkan timbulnya organisasi adalah sebagai berikut :

1. Adanya 2 (dua) orang atau lebih.
2. Adanya kerja sama.
3. Tujuan bersama.

Dengan demikian dapatlah diartikan bahwa organisasi adalah merupakan suatu bentuk kerja sama antara dua orang atau lebih untuk mencapai tujuan bersama yang telah ditetapkan lebih dahulu. Dalam hal ini organisasi bukanlah merupakan suatu tujuan, akan tetapi adalah merupakan alat untuk mencapai tujuan tersebut. Disamping itu organisasi juga merupakan hubungan yang teratur diantara berbagai faktor atau fungsi yang perlu untuk mendapat tujuan dari suatu perusahaan.

PT. Indah Kiat Pulp & Paper, Tbk Perawang sebagai salah satu badan yang berbentuk perseroan terbatas juga bertujuan untuk mendapatkan laba, yang direalisasikan melalui kegiatan-kegiatan produksi Pulp dan Paper yang dilakukan secara kontiniu dengan memperkerjakan sejumlah tenaga kerja

Untuk dapat mengendalikan pekerja-pekerja pada perusahaan tersebut agar dapat bekerja dengan baik, efektif dan sesuai dengan tujuan perusahaan, maka pimpinan perusahaan sebagai dinamisator harus mampu untuk mengorganisir para pekerja tersebut sebaik mungkin, dan salah satu alat yang bisa langsung mengendalikan orang-orang agar bekerja dengan baik adalah dengan pembentukan organisasi dan struktur organisasi.

Struktur organisasi yang penulis tampilkan disini adalah tidak menggambarkan keseluruhan struktur organisasi Perusahaan PT. Indah Kiat Pulp & Paper, Tbk Perawang. Tetapi dibatasi hanya pada struktur Humas nya saja sesuai dengan masalah yang dibahas dan dipaparkan oleh penulis dalam penelitian ini.

Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang pada dasarnya belum memiliki struktur organisasi sendiri karena mereka masih bergabung dengan Humas Ararabadi, namun dalam melaksanakan fungsi dan peranannya sebagai Humas, mereka dalam porsinya masing-masing, oleh karena itu dalam hal ini penulis hanya akan menjelaskan Bagian dari Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang beserta fungsi dan tugas yang mereka jalankan. (Dokumen Kantor, 17 April 2012).

1. Stephanus Andrianto

Bapak Stephanus adalah pimpinan Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang yang bertanggung jawab dalam kinerja Humas setiap menjalankan fungsi dan peranan mereka sebagai Humas perusahaan

2. Musherizal Yatim

Bapak Musherizal adalah orang yang memiliki tugas bidang media, maka semua hal yang berhubungan dengan media, ataupun kegiatan publikasi dan penyebaran informasi yang ingin dilaksanakan oleh Humas, maka itu akan menjadi tugas dan tanggung jawab dari bapak Musherizal sebagai Humas yang diberi wewenang dibidang media.

3. Armadi

Bapak Armadi adalah orang yang memiliki tugas dibidang menjalin komunikasi yang baik dengan stakeholder, govermant relation, dan mahasiswa yang menjadi publiknya perusahaan.

4. Juliana Pangabea

Ibu Juliana adalah orang yang memiliki tugas dibidang ADM dan sekretaris Humas, dimana beliau bertugas menyusun semua program yang telah disepakati dan mengatur jadwal program dengan baik.

E. Program Kerja Humas PT.Indah Kiat Pulp & Paper Products, Tbk Perawang

1. Media Relations

Membangun media relation adalah salah satu program kerja humas yang selalu dilakukan oleh humas dalam rangka agar terjalinnya hubungan baik antara pihak perusahaan dengan berbagai macam media yang ada dan selalu menjadi patner humas dalam usaha publikasi. Karena dengan menjalin hubungan baik dengan rekan-rekan media akan membawa dampak positif bagi perusahaan itu sendiri.

Pada dasarnya semua Humas berperan untuk menjaga citra baik perusahaan dan salah satunya adalah dengan cara menjadikan rekan-rekan media teman kerja yang solid, sehingga tidak akan ada masalah publikasi keluar yang akan berdampak negatif terhadap perusahaan. Banyak cara yang dilakukan humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper

Perawang dalam menjalin hubungan baik dengan pihak media, salah satunya adalah dengan cara pendekatan persuasif dan menimbulkan rasa persaudaraan bukan sekedar pertemanan bisnis semata (wawancara, Stephanus, 17 April 2012).

2. ORMAS

Humas juga mempunyai program Organisasi Mahasiswa (ORMAS) dengan maksud agar ada yang biasa mengkoordinasi masyarakat apabila ada hal yang diinginkan masyarakat dari perusahaan yang akan disampaikan melalui LSM dan Organisasi lain yang ada dalam masyarakat yang sudah kita jalin komunikasi yang baik dalam program ORMAS yang ada.

Humas bertindak untuk menjembatani kepentingan masyarakat dengan perusahaan agar selalu tercipta hubungan yang baik antara pihak perusahaan dengan pihak masyarakat, oleh karena itu dengan adanya program ORMAS yang dibuat dapat memudahkan kerja Humas dimasyarakat (Musherizal, 17 April 2012).

3. *Comunity Development*

Program *Comunity Development* adalah salah satu program unggulan Humas guna membentuk citra positif dan kepercayaan dihati masyarakat, karena program ini sengaja dibuat untuk masyarakat. Masih banyak bagian-bagian yang terdapat didalam program *Comunity Development*, seperti dibidang Pendidikan, Kesehatan, Infrastruktur, dan PPKM.

Semua bidang yang ada ini diberikan kepada masyarakat dan dikembangkan dimasyarakat, sehingga apa yang menjadi harapan perusahaan dapat terwujud dengan baik dan lancar. Adapun penjelasan dari masing-masing bidang sebagai berikut :

a. Bidang Pendidikan

Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang dalam program pendidikan ini telah memberikan cukup banyak kontribusi kepada masyarakat, sebagai bentuk kepedulian perusahaan terhadap pendidikan masyarakat. Dalam bidang pendidikan ini PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang setiap tahunnya secara berkesnambungan telah melakukan penjangkaran disetiap sekolah SLTA sederajat untuk menjaring siswa yang berprestasi untuk diberi beasiswa S1 selama perkuliahannya, apabila mereka berhasil masuk perguruan tinggi negeri yang ada disekitar pekanbaru.

Bukan hanya itu, PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang juga memberikan beasiswa bagi siswa berprestasi yang ingin meneruskan kuliah mereka jurusan D3 PULP di Bandung. PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang juga telah membangun sebuah pustaka mini yang mereka beri nama Rumah Pintar. Rumah Pintar ini dibangun untuk para siswa dan pelajar yang ingin belajar dan membaca disana, karena di Rumah Pintar itu sendiri telah difasilitasi oleh buku, komputer, dan tempat bermain dan membaca yang sangat nyaman untuk mereka gunakan (Armadi, 17 April 2012).

b. Bidang Kesehatan

Dalam bidang kesehatan ini *Comunity Development* memiliki program rutin yang selalu mereka berikan kepada masyarakat, sebagai bukti kepedulian PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang terhadap kesejahteraan dan kesehatan masyarakat, maka Humas membuat program ini dalam *Comunity Development*.

Setiap bulannya, orang humas dan *Comunity Development* bergerak memberikan pengobatan gratis kepada masyarakat yang tempat tinggal mereka jauh dan tidak adanya puskesmas dan rumah sakit. Tim akan datang dan memberikan obat gratis sekali sebulan kepada 4 desa, setiap menjalankan program ini tim akan turun dan membawa serta seorang dokter dan dua orang perawat yang akan membantu selama proses pengobatan.

Disamping itu PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang juga membangun sebuah klinik atau rumah sakit yang diperuntukkan kepada karyawan dan keluarga nya yang sakit. Mereka bisa berobat dirumah sakit secara gratis sesuai dengan kuota yang telah ditetapkan untuk masing-masing karyawan PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang (Armadi, 17 April 2012).

c. Bidang Infrastruktur

Dalam program ini Humas ingin memberikan sedikit bantuan kepada masyarakat, contohnya bantuan gedung sekolah yang dibangun PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang, PT. Indah Kiat Pulp

& Paper Perawang juga memberi bantuan untuk membangun mesjid ataupun bangunan lain yang kiranya dapat meringankan masyarakat dan untuk kepentingan umum.

Telah banyak program infrastruktur yang telah berjalan, diharapkan dari semua yang sudah berjalan akan terbentuk sebuah opini dan hubungan yang positif dari publik kepada perusahaan dan begitu juga sebaliknya (Armadi, 17 April 2012).

d. PPKM

Pusat Pengembangan Kerajinan dan Keterampilan Masyarakat yang biasa disingkat dengan PPKM adalah sebuah program yang dibuat untuk kesejahteraan masyarakat. Dengan harapan, dengan adanya program PPKM ini masyarakat akan belajar lebih mandiri dalam kehidupan keluarganya dan dapat membantu keadaan perekonomian keluarga menjadi lebih baik lagi.

Program PPKM yang telah berjalan saat sekarang ini ada beberapa jenis dan salah satunya adalah program Sapi Bunting Bergulir. Dalam program ini *Comunity Development* telah memilih dan memelihara beberapa ekor sapi jantan dan indukan yang berkualitas baik yang dirawat di lokasi PPKM milik perusahaan, dengan tempat dan lokasi yang strategis. Sapi betina yang telah hamil akan dipinjamkan kepada masyarakat yang telah diberi pelatihan cara merawat sapi dan memiliki kriteria yang cocok, sapi dipinjamkan sampai sapi betina melahirkan anaknya, kemudian induk diambil kembali pihak

perusahaan dan anak sapi diberikan kepada masyarakat agar dirawat dan dibiarkan, dan sapi dapat dimiliki.

Program lain adalah penanaman berbagai macam jenis sayur, buah, dan pengembangan ternak ikan kolam, yang dikelola langsung di lokasi PPKM. Hasil dari apa yang telah diusahakan kemudian dijual kepada masyarakat dengan harga yang sangat terjangkau. Semua itu dilakukan oleh pekerja yang telah handal dalam mengolah berbagai jenis tanaman dan ternak ikan yang ada.

Selain itu ada juga kegiatan kerajinan tenun yang dilakukan oleh para gadis yang putus sekolah atau yang tidak menyambung kuliah, dengan harapan tenun siak dapat dilestarikan dan bisa dijadikan pendapatan bagi mereka. Selanjutnya ada juga kerajinan lain yang telah dikelola oleh ibu-ibu rumah tangga yaitu menganyam tali strafing menjadi alat-alat keperluan rumah tangga yang dapat dijadikan pendapatan yang akan meningkatkan perekonomian keluarga mereka. Tali strafing disulap menjadi tudung nasi yang cantik, pot bunga, berbagai bentuk tas dan hiasan rumah lainnya (Armadi, 17 April 2012).

4. Pemerintah

Dalam program pemerintah ini Humas bekerja untuk menjalin hubungan yang baik dengan pemerintah yang ada disekeliling perusahaan, banyak cara yang dilakukan humas dalam menjalin hubungan dan kerjasama dengan pemerintah.

Salah satu contoh adalah bantuan yang selalu diberikan pihak perusahaan melalui humas disetiap acara yang diadakan oleh pemerintah. Perusahaan juga bersedia bekerja sama dengan pemerintah dibidang pendidikan misalnya, itu dilakukan dengan berkesinambungan sehingga hanya akan ada hubungan harmonis yang terjalin.

Humas juga bekerja sama setiap ada acara yang diselenggarakan atau karnafal daerah yang diadakan PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang akan memberi bantuan berupa spanduk atau baliho kegiatan, tak hanya itu bantuan berupa tong sampah juga telah dilakukan apabila pihak pemerintah meminta bantuan kepada Humas dalam rangka kegiatan kebersihan (Armadi, 17 April 2012).

Itu semua adalah bukti loyalitas perusahaan kepada masyarakat setempat, sehingga tujuan yang ingin dicapai oleh Humas dapat terealisasi dengan baik, dan ketika hubungan baik telah dijalin maka akan ada opini yang positif dari publik terhadap perusahaan itu sendiri.

BAB III

PENYAJIAN DATA

A. Penjelasan

Penyajiaan data yang penulis buat dalam Bab III ini adalah berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan di PT. Indah Kiat Pulp & Paper Products, Tbk Perawang. Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk mendapatkan data mengenai Peranan Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang dalam Menyebarkan Informasi *Community Development* Kepada Masyarakat. Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan sesuai dengan apa yang telah penulis uraikan sebelumnya pada bab pendahuluan yaitu dengan menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi.

Wawancara dilakukan dengan cara komunikasi langsung dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan permasalahan dalam penelitian ini, wawancara pada penelitian ini dilakukan dengan Empat orang Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Products, Tbk Perawang.

Observasi yang penulis lakukan dengan mengamati secara langsung Peranan Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang dalam menjalankan semua program yang sudah ada dan melihat kegiatan sehari-hari yang

dilakukan Humas ketika menjawab semua pertanyaan yang timbul dari semua kegiatan yang mereka lakukan.

Dokumentasi adalah salah satu teknik pengambilan data yang penulis gunakan sebagai data pelengkap yang diambil dari dokumen-dokumen kantor berbentuk kliping, contoh release yang dikirim guna publikasi dan masih banyak lagi data dokumentasi lain yang dapat menambah keakuratan data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi.

B. Kedudukan Humas pada PT. Indah Kiat Pulp & Paper Products, Tbk Perawang

Peranan Humas atau *public relation* sangat dibutuhkan oleh hampir semua bentuk organisasi atau lembaga, baik profit maupun non profit, dari perusahaan/industri, organisasi profesi, institusi pendidikan, organisasi sosial budaya sampai pemerintah. Secara garis besar peranan Humas adalah komunikators sebuah organisasi/lembaga/perusahaan, baik kepada *public* internal maupun *public* eksternalnya.

Karena itu Humas menjadi ujung tombak dari sebuah organisasi/lembaga/perusahaan untuk bersaing dalam dunia yang sudah canggih dan persaingan bisnis yang

begituketatsepertisaatsekarangini.BagisebuahperusahaanHumasjugaberperan menjalinkomunikasi yang baikdenganparastakeholdersataupunmengkomunikasikanvisi,misi,dan program perusahaankepadapublik.

C. PerananHumas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Products, TbkPerawangDalamMenyebarkanInformasiCommunity DevelopmentKepadaMasyarakat.

1. Memberikan informasi kepada masyarakat sekitar perusahaan tentang semua program Humas yang mencakup kegiatan *Community Development*.

Untukmelihat indicator pemberianinformasikepadamasyarakattentang program kerja*Community Development*, makainiadalahuraiandarihasilwawancaradanobservasi yang dilakukanpenulisdilapangan, dengan hasil sebagai berikut:

Kami yang dipercayasebagaihumasdisiniselalumelakukankegiatan-kegiatan dalamrangkamempublikasikansemua program kerjahumasdibidang*Community Development*, karena program ini kami buatuntukmasyarakat, danberharapmasyarakatbiasamenerima program yang telah kami buat, danhumasadalahujung tombakperusahaan yang akanjadiorongperusahaan yang akanmenginformasikanapakegiatan yang harusdiketahuimasyarakat (Musherizal, 17 April 2012).

Humas bertindak sebagai public relation yang berinteraksi dengan pihak internal maupun eksternal perusahaan, interaksi yang terjadi bisa saja berbentuk membangun kerja sama yang baik dan memberikan informasi-informasi seputar program humas yang mungkin berguna untuk pihak eksternal dan membentuk citra

positif untuk pihak perusahaan dimata public (Stephanus, 17 April 2012).

Sejauh ini Humas cukup berperan aktif dalam melakukan program kerja Humas yang sudah ada, semua program yang sudah disusun dan diperuntukkan untuk masyarakat selalu sosialisasikan atau diinformasikan secara baik oleh pihak humas kepada masyarakat melalui aparat dan perangkat desa yang ada, kepala desa atau pun camat yang mungkin bisa menjadi perpanjangan tangan Humas dalam menyebarkan informasi (Juliana, 17 April 2012).

Salah satu tugas humas adalah mampu menginformasikan kepada masyarakat tentang apa yang menjadi program dari perusahaan, dan tugas itu sudah dilakukan humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper sejak humas ini terbentuk. Karena banyak hal yang ingin dicapai dari proses tersebut dan salah satu tujuan yang ingin dicapai adalah pencitraan positif dari publik tentang perusahaan (Armadi, 17 April 2012).

Berdasarkan observasi yang penulis lakukan dilapangan dapat dilihat bahwa humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang dalam menginformasikan setiap program yang mereka buat dan mereka adakan selalu mereka lakukan publikasi dengan menarik agar tercapainya maksud dan tujuan penyebaran informasi itu sendiri, itu semua terlihat dari kegiatan pemuatan berita yang akan diinformasikan dan berita tersebut dibuat dan disusun oleh Humas (Observasi, 18 April 2012).

Dari hasil wawancara penulis, dapat dijabarkan bagaimana peranan humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat mengenai semua program kerja humas dibidang *Comunity Development* nya dilakukan dengan baik, mereka selalu mengupayakan agar semua program itu dapat diketahui oleh masyarakat agar tidak ada kesimpang siuran informasi yang sampai nantinya. Informasi yang mereka sampaikan

bisa melalui aparat desa seperti kepala desa atau camat yang akan jadi perpanjangan tangan mereka dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat sekitar perusahaan.

2. Meyakinkan masyarakat tentang maksud, tujuan serta kegunaan dari suatu kegiatan *Community Development* yang telah dilaksanakan.

Untuk melihat indikator yang bersamaan dengan kegiatan meyakinkan masyarakat tentang maksud dan tujuan serta kegunaan suatu kegiatan yang dilakukan, penulis mendapatkan hasil wawancara dan observasi, dengan hasil sebagai berikut :

Ketika suatu program yang telah dirancang akan dilaksanakan, kami humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang akan melakukan pertemuan dengan perwakilan dari masyarakat guna mengadakan pembicaraan yang lebih mendalam tentang maksud dan tujuan dari program yang kami buat, sehingga masyarakat mengerti dan paham tentang itu semua (Stephanus, 17 April 2012).

Selain menginformasikan programnya Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang juga memberikan penerangan kepada masyarakat guna dan tujuan program, agar masyarakat yakin dan percaya dengan apa yang telah diadakan, dan penerangan dilakukan dengan pendekatan persuasif dan diskusi kecil yang dapat dilaksanakan secara langsung (Musherizal, 17 April 2012).

Humas juga melakukan pendekatan persuasif kepada masyarakat agar masyarakat yakin, paham dan mengerti akan maksud dan tujuan dari semua program kerja yang telah disampaikan atau diinformasikan, dengan harapan semua hal yang telah diupayakan tidak hanya seremonial biasa yang tidak akan mendapatkan dampak positif selanjutnya (Juliana, 17 April 2012).

Banyak cara yang ditempuh Humas dalam menjalankan semua program yang ada, mungkin cara awal adalah dengan cara menginformasikan dan memberitahukan. Namun ketika cara itu dirasa kurang efektif kami juga melakukan sebuah pertemuan yang mana dalam pertemuan itu kami akan kembali memberikan

pemahaman, agar masyarakat tahu dan mengerti apa maksud dan tujuan yang akan dicapai dari program yang telah kami sosialisasikan (Armadi, 17 April 2012).

Berdasarkan observasi yang dilakukan penulis dilapangan Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang juga melakukan pendekatan persuasif kepada masyarakat guna menyakinkan masyarakat dan memberi penerangan tentang maksud dan tujuan dari pelaksanaan program humas yang telah diinformasikan kepada masyarakat, seperti yang dilakukan pak Armadi ketika mengunjungi salah satu masyarakat desa pinang sebatang timur, guna memberikan bantuan sapi ternak, kemudian melakukan dialog singkat(Observasi, 19 April 2012).

Dari hasil wawancara penulis menemukan sesuatu, bahwa Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang yang berperan sebagai orang yang menyebarkan informasi juga terus berusaha untuk meyakinkan masyarakat dan menerangkan kepada masyarakat tentang maksud dan tujuan dari program yang dilaksanakan.

Banyak cara yang ditempuh Humas dalam proses ini dan salah satu caranya adalah dengan melakukan pertemuan, pendekatan persuasif dengan harapan apa yang telah diusahakan akan membentuk hasil yang jauh lebih baik lagi.

3. Mengajak masyarakat agar berperan aktif dalam kegiatan tersebut termasuk memberikan masukan dan kritikan dengan tolak ukur yang penulis tetapkan adalah :

- a. Masyarakat mengirimkan surat resmi berisikan tanggapan terhadap kegiatan yang telah dilaksanakan oleh perusahaan.

Untuk melihat indikator dengan mengirim surat resmi yang berisi tanggapan terhadap perusahaan, penulis mendapatkan hasil wawancara dan observasi lapangan, dengan hasil sebagai berikut :

Pada dasarnya humas selalu berusaha untuk memberikan yang terbaik dalam setiap program yang dibuat, berharap akan mendapatkan respon yang baik pula baik dari publik internal maupun dari publik eksternal perusahaan, dari semua program yang dibuat terkadang publik mengirimkan berupa kritik dan saran, sebagai bentuk bahwa mereka merespon kegiatan yang dilakukan (Stephanus, 17 April 2012).

Kegiatan yang dilakukan Humas terkadang mendapat respon positif dan respon negatif, dan bentuk dari respon itu mereka membuat dan mengirimkan surat kepada pihak Humas, namun tak jarang ada dari masyarakat memilih diam dan tidak berkomentar apa-apa (Musherizal, 17 April 2012).

Banyak yang diharapkan dari semua kegiatan yang dibuat dan dipublikasikan oleh Humas, namun tidak semua yang berhasil dan dapat menarik simpati masyarakat, tak jarang masyarakat yang merasa puas ataupun tidak mengirimkan pesan singkat mereka dalam bentuk surat yang sederhana (Juliana, 17 April 2012).

Humas juga mendapat respon berupa kritik dan saran dari publik mengenai setiap program yang diadakan, dan semua respon itu biasanya dikirim dalam bentuk surat yang tujuan kepada perusahaan melalui Humas (Armadi, 17 April 2012).

Berdasarkan hasil observasi di lapangan penulis dapat melihat secara langsung dan membaca surat kritikan dan saran yang dikirimkan masyarakat untuk perusahaan mengenai program yang dilaksanakan melalui Humas yang menjadi jembatan penghubungnya (Observasi, 17 April 2012).

Melalui wawancara penulis menemukan sesuatu, bahwa setiap kegiatan yang diadakan Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang selalau mendapat respon dari masyarakat, mungkin tidak semua masyarakat yang mengirimkan tanggapannya, namun beberapa dari mereka ada yang mengirimkn kritik dan saran berupa surat kepada Humas, dengan harapan akan ada respon selanjutnya dari perusahaan.

- b. Dialog dan diskusi antara perusahaan dan masyarakat, dengan tujuan untuk mengetahui tanggapan masyarakat atas apa yang telah diupayakan perusahaan dalam kegiatannya.

Untuk melihat indikator dialog dan diskusi antara masyarakat dengan perusahaan, penulis mendapatkan hasil wawancara dan observasi lapangan, dengan hasil sebagai berikut:

Kami sebagai humas juga ingin tahu secara langsung apa saja tanggapan masyarakat dari program yang kami adakan, apakah itu tanggapan yang baiak atau malah mungkin sebaliknya, oleh karena itu untuk mengetahui hal itu tak lama dari sosialisasi kami akan mengadakan semacam pertemuan yang didalamnya akan terjadi dialog sederhana namun menghasilkan hal yang luar biasa (Stephanus, 18 April 2012).

Humas juga mengadakan dialog ataupun diskusi kecil bersama masyarakat, guna mengetahui respon dari masyarakat itu sendiri, sehingga aka nada semacamgambaranhasil dari setiap kegiatan yang telahdiadakanselamaini (Juliana, 18 April 2012).

Sebuah kegiatan yang diadakan Humas pastilah akan berdampak pada perusahaan itu sendiri, oleh karena itu kami sebagai Humas selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk perusahaan, dengan melakukan tatap muka bersama masyarakat guna membicarakan dan mengetahui apa respon dari masyarakat itu sendiri mengenai program yang ada (Armadi, 18 April 2012).

Diskusi adalah salah satu cara yang kami lakukan untuk mengetahui secara langsung respon masyarakat mengenai program

yang kami adakan, karena banyak yang akan dapat kita bahas dalam diskusi dan masyarakat juga akan menjadi lebih paham dan mengerti (Musherizal, 18 April 2012).

Berdasarkan hasil observasi di lapangan, penulis dapat melihat adanya diskusi yang dilakukan Humas dan masyarakat guna mengetahui respon masyarakat, dan masyarakat yang tertarik dengan program humas dapat bertanya lebih lanjut secara langsung, seperti kegiatan diskusi yang dilakukan humas di aula PPKM setelah melakukan penyuluhan cara berternak sapi yang baik (Observasi, 18 April 2012).

Dari hasil wawancara yang penulis lakukan, nampak jelas bahwasanya Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang bekerja dengan sangat baik. Mereka melakukan diskusi dengan forum terbuka bersama masyarakat, guna mengetahui respon, tanggapan positifkah atau malah mungkin mereka merasa terganggu dengan kegiatan yang diadakan. Dalam diskusi ini masyarakat juga bisa bertanya secara langsung tentang program kepada Humas itu sendiri.

- c. Dengan melihat pesan singkat (short message service atau sms) yang dikirimkan masyarakat pada media massa (surat kabar) yang menanggapi kegiatan yang telah diupayakan perusahaan.

Untuk melihat indikator pesan singkat yang dikirimkan masyarakat melalui media massa, penulis telah melakukan wawancara dan observasi lapangan, dengan hasil sebagai berikut :

Berhubung Humas juga bekerja sama dengan media, maka tak jarang kritik dan saran ataupun tanggapan masyarakat tulis dan kirim melalui media yang mempublikasikan program Humas tersebut (Stephanus, 20 April 2012).

Masyarakat yang sibuk dan suka membaca koran biasanya juga mengirimkan dan menulis tanggapan mereka lewat surat kabar yang juga biasa bekerja sama dengan perusahaan (Musherizal, 20 April 2012).

Apapun bentuknya kegiatan yang kami lakukan selama ini, mungkin itu diterima atau tidak masyarakat selalu memberikan tanggapannya, dan cara mereka juga bervariasi. Ada yang mengirimkan sarannya melalui media cetak yang telah mempublikasikan kegiatan Humas (Armadi, 20 April 2012).

Humas juga menerima tanggapan atas apa yang telah diupayakan melalui media massa yang ditulis oleh masyarakat yang ditujukan kepada Humas perusahaan (Juliana, 20 April 2012).

Berdasarkan observasi yang dilakukan penulis dilapangan, dapat dilihat bahwa Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang selalu menerima dengan baik respon dari masyarakat, termasuk respon yang ditulis melalui media massa (Observasi, 20 April 2012).

Dari hasil wawancara penulis, Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang bukan hanya melakukan dialog dan diskusi secara langsung dengan masyarakat guna mengetahui tanggapan masyarakat, namun Humas juga menerima tulisan-tulisan yang dibuat oleh masyarakat yang kemudian dimasukkan kedalam media massa yang biasa bekerja sama dengan Humas, dengan harapan humas dapat membaca tulisan yang telah mereka buat.

4. Adanya kegiatan penyebaran informasi kegiatan dari perusahaan melalui media massa, baik media cetak dan media elektronik.

Untuk melihat indikator penyebaran informasi melalui media massa, penulis telah melakukan wawancara dan observasi lapangan, dengan hasil sebagai berikut :

Dalam menyebarkan informasi program dan kegiatan perusahaan, Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang selalu bekerja sama dengan berbagai macam media massa, guna informasi dapat diketahui oleh khalayak banyak. Karena dengan bekerja dengan media massa akan lebih mudah bagi humas dalam proses penyebaran informasi (Stephanus, 21 April 2012).

Humas juga memasukkan berita dan informasi setiap kegiatan melalui media cetak dan elektronik, karena memang Humas sendiri memiliki tugas di bidang publikasi kepada khalayak ramai, selain itu informasi juga dibuat dalam bentuk spanduk dan baliho perusahaan (Musherizal, 21 April 2012).

Kegiatan publikasi yang dilakukan humas juga menggunakan media massa yang sudah ada, sejak lama bertepatan dengan bekerja sama dalam setiap kegiatan publikasi kepada masyarakat (Juliana, 21 April 2012).

Semua program kerja yang kemudian dilaksanakan oleh pihak humas guna membentuk opini yang baik di mata publik, humas selalu mempublikasikan setiap kegiatan yang mereka adakan baik itu melalui media cetak dan elektronik yang ada dan sudah menjadi rekan kerja humas selama ini (Armadi, 21 April 2012).

Dari hasil wawancara yang penulis lakukan, jelas sudah bahwa Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang membangun dan menjalin hubungan yang baik dengan rekan-rekan media sehingga ketika melakukan publikasi dalam rangka menyebarkan informasi, Humas telah memiliki wadah yang tepat untuk itu. Selain itu Humas juga selalu membuat informasi semenarik dan sekreatif mungkin, sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan baik.

Dari hasil wawancara yang penulis lakukan jelas diketahui bahwa peranan Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang disetiap melakukan ataupun ada kegiatan dan program yang dijalankan, Humas selalu melakukan

kegiatan publikasi, karena publikasi adalah salah satu strategi yang digunakan Humas dalam membentuk citra positif.

Banyak cara publikasi yang dilakukan oleh pihak Humas, baik itu dengan cara memasang spanduk dan baliho, Humas juga melakukan komunikasi melalui koran, surat kabar, radio dan TV sekalipun, itu semua dilakukan dengan sangat baik guna tercapainya tujuan dalam menciptakan citra positif dimata masyarakat.

D.

Faktor Pendukung dan Penghambat Keberhasilan Humas dalam Menyebarkan Informasi kepada Masyarakat

1. Faktor Pendukung

Untuk melihat faktor pendukung keberhasilan Humas dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat, penulis telah melakukan wawancara dan observasi dilapangan, dengan hasil sebagai berikut :

Banyak hal yang dapat dijadikan faktor keberhasilan Humas dalam menyebarkan informasi, namun menurut saya hal yang paling berpengaruh adalah hubungan baik yang telah dibina dan dijalin dengan rekan-rekan media massa selama ini, adanya program kerja yang terarah, penempatan anggota sesuai dengan keahliannya sehingga proses publikasi yang dilakukan selalu lancar tanpa hambatan (Stephanus, 17 April 2012).

Dalam semua tugas dan kerja keras yang kami lakukan kami tidak akan berhasil apabila tidak ada anggaran operasional yang dianggarkan oleh perusahaan untuk melancarkan semua kegiatan publikasi yang humas lakukan selama ini (Musherizal, 17 April 2012).

Media yang ada didalam perusahaan selama ini, baik itu media cetak maupun elektronik sangat berpengaruh terhadap keberhasilan humas dalam mempublikasikan semua berita, program kerja dan kegiatan yang ingin dibuat kepada masyarakat (Juliana, 17 April 2012).

Kepercayaan dari semua pihak, dan adanya media yang telah lama menjadi fatner kerja humas adalah salah satu yang menjadikan semua hal tentang penyebaran informasi yang dilakukan humas berjalan dengan lancar, baik dan benar (Armadi, 17 April 2012).

Berdasarkan hasil observasi lapangan yang penulis lakukan, ada beberapa hal yang menjadi faktor pendukung Humas dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat, dan salah satu hal yang paling berperan adalah adanya hubungan baik yang sudah lama dijalin pihak humas dengan berbagai media massa yang ada.

2. Faktor Penghambat

Untuk melihat faktor penghambat humas dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat, penulis telah melakukan wawancara dan observasi lapangan, dengan hasil sebagai berikut :

Ketika ada yang membuat keberhasilan itu berjalan maka tak jarang akan ada hal yang menjadi hambatannya, termasuk hal yang sama terjadi pada kinerja Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang yang sedikit mendapat hambatan ketika anggota ataupun tenaga kerja Humas yang masih minim saat ini, sedangkan banyak hal, banyak informasi yang harus di *follow up* secara rutin (Stephanus, 21 April 2012).

Ketika proses penyebaran informasi ingin dilakukan, namun terjadi miss komunikasi antara pihak humas dan rekan media dalam penyampaian berita dan informasi ini akan menjadi penghambat dalam kegiatan publikasi (Musherizal, 21 April 2012).

Setiap kegiatan ataupun pekerjaan pasti ada hambatannya, begitu juga yang dilakukan Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang selama ini tidak selalu berjalan mulus. Apa lagi ketika

anggaran operasional yang belum kunjung dcaikan, sedangkan kegiatan akan diadakan dan pempublikasian pasti akan membutuhkan dana (Juliana, 21 April 2012).

Hal yang paling ditakutkan oleh Humas dalam melaksanakan semua proses kerja dan proses publikasi adalah ketika terjadinya miss komunikasi antara pihak humas dengan media yang akan membuat publikasi, salah berita dan informasi akan berakibat fatal bagi perusahaan dan humas khususnya (Armadi, 21 April 2012).

Berdasarkan observasi yang penulis lakukan dilapangan, tidak banyak yang menjadi penghambat Humas dalam menyebarkan informasi, namun yang paling berbahaya adalah ketika terjadinya miss komunikasi antara pihak Humas dengan pihak media dalam menyebarkan informasi. Ini kan menjadi sedikit masalah atau kendala nantinya.

Namun dari semua itu, sejauh ini Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang telah melakukan hal yang cukup baik dalam hal publikasi. Humas melaksanakan dan memainkan perannya sebaik mungkin, meskipun tidak dipungkiri ada saja kesalahan dan kekurangan karena Humas juga hanyalah manusia biasa yang bisa bertindak sempurna tapi berusaha untuk mampu menjadi yang sempurna.

BAB IV

ANALISA DATA

A. Penjelasan

Analisi data yang penulis buat dalam Bab IV ini adalah berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan di PT. Indah Kiat Pulp & Paper Products, Tbk Perawang. Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk mendapatkan data mengenai Peranan Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang dalam Menyebarkan Informasi *Community Development* Kepada Masyarakat.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisa data deskriptif kualitatif. Dalam hal ini data yang dianalisis berupa kata-kata atau kalimat-kalimat, baik yang diperoleh dari wawancara mendalam maupun observasi. deskriptif yaitu suatu teknik analisis data dengan cara menggambarkan keadaan atau objek penelitian yang diperoleh di lapangan secara faktual mengenai sifat dan beberapa kesimpulan sebagai hasil penelitian yang akan disajikan dalam bentuk uraian, maka metode analisis yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif.

Data yang penulis peroleh dari suatu instansi perusahaan selanjutnya dianalisa dengan metode deskriptif. Dengan metode deskriptif ini data disusun. deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang menggambarkan perbandingan antara teori dan praktek di lapangan kemudian di analisa untuk

ditarik kesimpulan dan saran. Sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan.

B. Kedudukan Humas pada PT. Indah Kiat Pulp & Paper Products, Tbk Perawang

Peranan humas dalam sebuah perusahaan sangat dibutuhkan guna menjalankan tugas pembentukan citra dan penyampaian informasi yang tepat kepada masyarakat, karena apabila informasi tidak disampaikan secara tepat maka citra yang kurang baik bisa saja terjadi didalam sebuah perusahaan.

Untuk itulah, orang yang bekerja di Humas haruslah orang yang memiliki keterampilan dalam berkomunikasi secara baik dan benar, juga harus tahu secara jelas seluk beluk perusahaannya tersebut, karena dengan itu semua dia bisa menjadi seorang Humas yang mampu menjalankan fungsi dan perannya di perusahaan dengan baik. Karena humas harus mampu bekerja dengan baik guna membentuk citra positif tentang perusahaan di mata publik.

Sesuai dengan hasil wawancara penulis, bahwa Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang juga berfungsi sebagai corong yang akan menyebarkan informasi dan sebagai orang yang mampu menumbuhkan citra yang baik di mata publik tentang PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang itu sendiri (Stephanus, 17 April 2012). Pernyataan itu juga sama dalam teori Humas harus mampu untuk dapat memberikan citra yang positif terhadap organisasinya serta mampu mengkomunikasikannya sehingga publik menaruh

kepercayaan dan mempunyai pengertian yang jelas terhadap organisasi tersebut (Maria Assumpta R, 2002:31).

Menurut analisa penulis Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang membentuk humas dengan pertimbangan fungsi dan tugas yang sudah cukup matang. Mereka cukup sadar seberapa penting kedudukan dan keberadaan Humas dalam sebuah perusahaan. Bagaimana tidak, ujung tombak citra sebuah perusahaan berada ditangan humas, sampai tidaknya sebuah informasi perusahaan kepada publik juga bergantung pada kinerja Humas itu sendiri. Maka dari itu untuk mewujudkan semua visi dan misi bersama PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang menjalankan tugas dan fungsi humas sebagaimana pada mestinya.

Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang menjalankan peran dan fungsinya secara baik sesuai dengan hasil wawancara dengan pihak humas yang mengatakan, bahwa humas bekerja dan bertugas, menjalankan semua fungsi dan peranan humas. Baik itu berperan sebagai corong komunikasi yang akan menghantarkan komunikasi hingga sampai kepada publik, humas juga berperan membentuk hubungan harmonis bersama rekan kerja, *steakholder*, dan publik sehingga akan terbentuk sebuah citra positif perusahaan dimata publik (Stephanus, 17 April 2012).

Dari semua keadaan lapangan yang dilihat penulis menganalisa kerja dan peranan Humas yang dilakukan, mereka melaksanakan semua tugas dan fungsi sesuai dengan teori yang ada, karena hal yang sama juga di kemukakan oleh Ruslan (2005:45) Humas dapat dikatakan baik apabila mereka telah

mampu mengemban fungsi dan tugasnya dalam melaksanakan hubungan komunikasi ke dalam dan ke luar. Maksudnya adalah upaya pembinaan hubungan yang harmonis antara pimpinan manajemen dengan para karyawan dan antara pimpinan dengan pemilik perusahaan atau pemilik modal. Begitu juga kemampuannya untuk menjembatani atau membangun hubungan komunikasi dengan masyarakat luar sebagai publiknya.

C. Peranan Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Products, Tbk Perawang Dalam Menyebarkan Informasi *Community Development* Kepada Masyarakat.

Peranan humas dalam sebuah perusahaan/organisasi merupakan bagian dari alat atau saluran organisasi untuk memperlancar proses interaksi positif dan menyebarkan informasi serta mempublikasikan melalui kerja sama dengan pihak pers, media cetak dan elektronik yang ada.

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang memiliki pandangan yang sama dengan teori Dimock dan Koenig (Ruslan, 2005:338), pada umumnya tugas dan peranan dari seorang Humas adalah :

1. Upaya memberikan penerangan atau informasi kepada masyarakat tentang kebijakan serta tujuan yang akan dicapai perusahaan dalam melaksanakan program kerja yang telah dibuat.
2. Mampu untuk menanamkan keyakinan dan kepercayaan serta mengajak masyarakat dalam partisipasinya atau ikut serta pelaksanaan program

kerja dan pembangunan diberbagai bidang sosial, budaya, ekonomi, politik serta menjaga stabilitas dan keamanan nasional.

3. Kejujuran dalam pelayanan dan pengabdian dari aparaturnya perusahaan yang bersangkutan perlu dipelihara atau dipertahankan dalam melaksanakan tugas serta kewajibannya masing-masing.

Adapun peran humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper, Products Perawang dalam menyebarkan informasi *Community Development* kepada masyarakat :

1. Memberikan informasi kepada masyarakat sekitar perusahaan tentang semua program Humas yang mencakup kegiatan *Community Development*.

Menurut analisa penulis Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang harus dan selalu melakukan hal yang sudah dijadikan program dalam menyebarkan semua informasi kegiatan yang telah mereka rancang dan buat. Humas menjalankan peranannya, bekerja dan memberikan semua informasi kepada masyarakat tentang program dan apa-apa saja yang akan dan yang telah dilaksanakan oleh Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang itu sendiri.

Humas juga mempunyai tujuan yang ingin mereka capai dari semua program yang mereka buat, memberikan dedikasi yang baik kepada perusahaan dan masyarakat adalah salah satu usaha yang dilakukan humas guna terjalinnya komunikasi dan hubungan yang baik antara perusahaan dengan masyarakat. Humas juga secara tidak langsung juga ingin mewujudkan visi perusahaan untuk menjadi perusahaan kertas yang

berstandar internasional, maka sudah pasti banyak informasi yang ingin masyarakat tahu dan butuhkan, dan ini semua tidak terlepas dari peranan seorang Humas.

Analisa itu sesuai dengan jawaban yang diucapkan oleh narasumber penulis bahwa humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang bertindak sebagai *public relations* yang berinteraksi dengan pihak internal maupun eksternal perusahaan, interaksi yang terjadi bisa saja berbentuk membangun kerja sama yang baik dan memberikan informasi-informasi seputar program humas yang mungkin berguna untuk pihak eksternal dan membentuk citra positif untuk pihak perusahaan dimata *public* (Stephanus, 17 April 2012). Penulis setuju dengan pendapat yang dikemukakan narasumber, karena seorang humas harus mampu melaksanakan peranannya selain sebagai pembentuk citra humas juga berperan sebagai komunikator yang akan mengkomunikasikan dan menyampaikan kepada masyarakat tentang apa program, tujuan dari perusahaan kepada masyarakat

Pendapat itu semakin kuat diperjelas oleh ahli komunikasi kita Wilbur Schramm (dalam Edward Depari, 1991:45), mengatakan bahwa semua kita hendaknya menyampaikan kepada masyarakat segala informasi tentang pembangunan secara transparan agar masyarakat memusatkan perhatian pada kebutuhan akan perubahan, kesempatan dan cara mengadakan sarana-sarana perubahan dan membangkitkan aspirasi kebangsaan kita. Dalam kenyataan sehari-hari tidak ada kegiatan yang dilakukan oleh manusia yang tidak memerlukan informasi. Dan sejalan dengan hal tersebut semua kegiatan

yang dilakukan akan menghasilkan informasi, baik pribadi atau lembaga. Informasi diperlukan dan berguna bagi semua jenis dan bentuk kegiatan dalam masyarakat.

Dari itu semua pendapat, pendapat yang tak jauh berbeda juga kemukakan oleh Humas lain yang mengatakan bahwa Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang adalah corong bagi perusahaan yang akan menyampaikan dan mengkomunikasikan kepada masyarakat tentang informasi dan program kerja Humas yang memang layak untuk dipublikasikan, tugas Humas sebagai jembatan antara perusahaan dan publik akan berjalan dengan baik bila informasi tersampaikan dengan baik pula (Musherizal, 17 April 2012).

Dapat dianalisa dari semua kegiatan yang diinformasikan kepada masyarakat, ada sebuah poin tertentu yang ingin dicapai oleh Humas guna mendapatkan dan mencapai tujuan yang sebaik mungkin, karena dari informasi yang disebar akan timbul berbagai macam respon dari masyarakat, dan setiap respon yang ada akan dapat dianalisa kembali oleh Humas itu sendiri.

2. Meyakinkan masyarakat tentang maksud, tujuan serta kegunaan dari suatu kegiatan *Community Development* yang telah dilaksanakan.

Berdasarkan analisa penulis, Humas dalam setiap kegiatan selalu melakukan hal semaksimal mungkin. Terbukti dari setiap kegiatan yang akan dilaksanakan dan setiap program yang ingin dijalankan, Humas terlebih

melakukan pertemuan dengan masyarakat itu langsung ataupun perwakilan dari mereka.

Pertemuan itu dibuat dan diadakan guna membicarakan dan menjelaskan tentang maksud, tujuan dan manfaatnya kegiatan itu dilakukan. Sehingga masyarakat dapat paham dan mengerti, sebelum mereka ikut serta berpartisipasi dalam program yang telah dibuat ini. Hal serupa juga telah dikemukakan oleh Edward L. Bernay (dalam Ruslan, 2003:18), bahwa salah satu peran ideal Humas itu adalah menjelaskan tujuan-tujuan organisasi kepada pihak publik. Tugas tersebut akan terpenuhi dengan baik, jika humas sudah cukup paham dengan tujuan itu sendiri.

Sejalan dengan pendapat para pakar komunikasi, narasumber juga mengatakan bahwa Selain menginformasikan programnya Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang juga mengadakan pertemua dan tatap muka secara langsung, melakukan dialog dan pembicaraan yang lebih mendalam tentang maksud dan tujuan program yang telah kami informasikan kepada masyarakat (Musherizal, 17 April 2012). Disatu sisi cara yang dilakukan Humas mungkin telah tepat, namun menurut penulis alangkah lebih baiknya jika Humas memberikan informasi secara jelas dan jauh lebih baik. Sehingga masyarakat akan dapat lebih mengerti dan paham tanpa Humas harus melakukan kegiatan pendekatan persuasif, mesti pada dasarnya pendekatan persuasif yang dilakukan juga akan menghasilkan dampak yang baik bagi kelancaran kerja Humas.

Namun dari jawaban yang lain, mengatakan bahwa Humas selalu melakukan hal sebaik mungkin, meskipun terkadang apa yang menjadi harapan belum tercapai, maka Humas akan menempuh cara lain, dengan kembali melakukan pertemuan dan memberikan pemahaman yang mendalam (Armadi, 17 April 2012), dan semua itu dilaksanakan sebaik mungkin, guna berjalannya fungsi dan wewenang yang telah diberikan kepada Humas oleh perusahaan.

Sesuai dengan itu semua, Humas memang harus bekerja keras dalam setiap program yang telah mereka buat. Agar apa yang telah mereka usahakan menuai hasil yang lebih baik pula.

3. Mengajak masyarakat agar berperan aktif dalam kegiatan tersebut termasuk memberikan masukan dan kritikan.

Berdasarkan analisa penulis dilapangan, kerja keras yang diupayakan humas hanya akan menjadi hal yang sia-sia apabila masyarakat tidak memiliki respon dan tanggapan, tapi hal yang ditakutkan itu tidaklah menjadi masalah besar bagi humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang karena setiap program yang diadakan masyarakat selalu memberi respon dan tanggapan, meskipun tak semua berisi tanggapan melainkan juga kritik dan saran agar Humas dapat mengevaluasi kegiatan yang sudah dijalankan, dan menjadikan hal yang lebih baik lagi kedepannya. Namun itu semua dirasa jauh lebih baik daripada masyarakat hanya berdiam tanpa berkomentar.

Semua itu dipertegas oleh hasil wawancara penulis dengan narasumber yang mengatakntak jarang masyarakat yang ingin tahu lebih

banyak tentang informasi yang diberikan akan mengirimkan tanggapan mereka berupa surat, dan tak jarang dari mereka langsung datang ke kantor Humas guna mendapatkan informasi yang lebih lengkap (Musherizal, 17 April 2012).

Penulis memiliki pandangan yang sama dengan Humas, karena apa yang telah diupayakan akan menjadi sia-sia bila tanpa respon yang diberikan masyarakat. Tidak penting itu pendapat yang seperti apa, karena dari setiap respon yang datang Humas bisa melakukan evaluasi guna menjadi yang lebih baik lagi kedepannya.

Pernyataan yang sesuai dengan pendapat diatas dikemukakan juga oleh Dimock dan Koenig (dalam Ruslan, 2005:338), yang mengatakan Humas harus mampu untuk menanamkan keyakinan dan kepercayaan serta mengajak masyarakat dalam partisipasinya atau ikut serta pelaksanaan program kerja dan pembangunan diberbagai bidang sosial, budaya, ekonomi, politik serta menjaga stabilitas dan keamanan nasional.

Humas tidak hanya berusaha mengajak, namun juga berusaha meyakinkan masyarakat akan program yang mereka jalankan dengan mengadakan pertemuan dalam forum diskusi bersama masyarakat. Dalam hal ini sesuai dengan hasil wawancara penulis dengan Humas yang mengatakan

Sebuah kegiatan yang diadakan Humas pastilah akan berdampak pada perusahaan itu sendiri, oleh karena itu kami sebagai Humas selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk perusahaan, dengan melakukan tatap muka bersama masyarakat guna membicarakan dan mengetahui apa respon dari masyarakat itu sendiri mengenai program yang ada (Armadi, 17 April 2012).

Sedangkan menurut Ishak dan Koh Leng (dalam Ruslan, 2003:295), Humas juga memiliki standar dalam melakukan semua programnya seperti *Audience Response* (tanggapan khalayak) bagaimana tanggapan dari khalayak sasaran dan apakah isi pesan dalam kampanye humas tersebut bermanfaat bagi publik sasarnya. Sehingga nampak jelas tugas dan tanggungjawab masing-masing Humas berjalan dengan baik, seperti yang sudah tertulis dalam struktur organisasi yang ada.

Sedangkan analisa lainnya, Humas juga menerima respon dan tanggapan yang dikirimkan oleh masyarakat melalui media cetak yang ada, hal yang sama juga dikemukakan Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang bahwa mereka juga menerima respon dari masyarakat berupa tulisan yang dibuat dan dimasukkan kedalam media cetak yang ada (Musherizal, 17 April 2012).

Itu semua sudah dijalankan oleh Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang selama ini, dengan pembagian tugas yang jelas dan program kerja yang jelas pula diharapkan apa yang menjadi tujuan dalam menyebarkan informasi dengan tujuan opini publik yg baik dapat dicapai dengan baik pula.

4. Adanya kegiatan penyebaran informasi kegiatan dari perusahaan melalui media massa, baik media cetak dan media elektronik.

Begitu pentingnya peran seorang humas dalam media relation, ini juga dikemukakan oleh Jefkins(1995: 98), bahwa *media relations* sangat penting sebagai sebuah usaha mencapai publikasi atau penyiaran yang maksimum atas suatu pesan atau informasi *public relations* dalam rangka menciptakan

pengetahuan dan pemahaman bagi khalayak dari organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.

Berdasarkan analisa penulis, dapat dilihat banyak cara yang telah dilakukan oleh Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang dalam menjalankan semua program *Community Development* yang merupakan bagian dari program Humas, termasuk juga dalam kegiatan publikasi ataupun penyebaran informasi yang dilakukan Humas melalui berbagai media yang ada dan tersedia. Humas juga menyebarkan dan memberikan berbagai bentuk informasi melalui media cetak yang ada, sebagai contoh, HALUAN RIAU, RIAU POS, TRIBUN PEKANBARU dan DUMAI POS.

Sesuai dengan hasil wawancara yang penulis lakukan, bahwa humas selalu melakukan publikasi dan menginformasikan semua informasi kepada publik melalui media cetak yang sudah ada, baik itu buletin perusahaan, dan koran-koran, seperti koran Riau pos, Tribun Pekanbaru, Haluan Riau, dan Dumai Pos (Musherizal, 21 April 2012). Disini tampak jelas bahwa humas juga sangat berperan dalam kegiatan dan proses bagaimana agar informasi kegiatan dapat sampai kepada publik/masyarakat.

Pendapat yang sama juga dikemukakan Tondowidjojo (2002:33), bahwa Kerjasama antarapetugas *public relations* dan wartawan yang saling menghargai akan memaksimalkan hasil dari aktivitas *media relations*/proses penyebaran informasi yang dilakukan tidak hanya media cetak, berdasarkan analisa penulis Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang juga melakukan publikasi dan penyebaran informasi melalui media

elektronik, seperti media Online, TV dan Radio. Humas dalam menjalankan semua program CSRnya juga melakukan publikasi lewat media elektronik, Radio Putra Buana adalah radio lokal yang dijadikan humas media dalam menyebarkan informasi, mengirim release ke DETI.COM juga salah satu kegiatan penyebaran informasi, selain itu Humas juga mengundang pihak METRO TV untuk meliput kegiatan yang dilakukan, agar masyarakat bisa mengetahui apa perkembangan perusahaan.

Menurut analisa penulis, ketika humas terus berusaha memaksimalkan peranannya dengan memanfaatkan semua alat komunikasi yang ada maka hasil yang maksimal bukanlah hal yang mustahil yang akan didapatkan Humas, sesuai dengan usaha yang mereka lakukan, karena dengan adanya kegiatan publikasi berarti Humas telah menjalankan wewenangnya dalam hal *media relations* seperti yang sudah dijelaskan pada struktur organisasi, dengan demikian visi dan misi yang ingin dicapai oleh perusahaan akan berjalan dengan sangat baik.

Terbukti dari jawaban yang disampaikan oleh Humas bahwa Humas PT. IKPP juga menyebarkan informasi melalui media elektronik yang ada, agar pesan dan informasi yang ingin disampaikan dapat disampaikan secara maksimal kepada publik/masyarakat (Armadi, 21 April 2012). Dari jawaban itu penulis menganalisa Humas cukup aktif dalam melaksanakan tugas dan peranannya dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat dengan menggunakan berbagai media yang ada. Widjaja(2000:45) mengatakan ada banyak media yang dapat dijadikan Humas sebagai alat dalam

mengkomunikasikan dan menginformasikan semua program yang ada, baik itu melalui media cetak dan media elektronik.

Humas yang lain juga mengatakan bahwa pada saat ini Humas selalu mengupayakan sebaik mungkin dan semaksimal mungkin dalam menginformasikan semua informasi yang layak diterima publik, itu semua sudah dijalankan sesuai dengan program kerja yang telah dibuat sebaik mungkin (Stephanus, 21 April 2012).

Dari semua media yang ada, humas juga harus memiliki kemampuan yang baik dalam mengolah dan membuat berita yang akan disampaikan kepada masyarakat, karena apabila salah dalam menulis berita atau salah dalam membuat *release* maka berita yang kurang valid yang akan disampaikan kepada publik, hal yang sama juga dikemukakan dalam bentuk pendapat oleh Iriantara (2005:12), media sebagai alat penyampai informasi kepada khalayak dalam jumlah yang besar mempunyai peranan yang sangat penting karena media juga merupakan alat pembentuk “lingkungan simbolik” bagi pemahaman khalayak terhadap realitas sosial, pembentuk sikap dan perilaku sehingga diperlukan praktik *public relations* untuk mengelolah masalah ini.

D. Faktor Pendukung dan Penghambat Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper dalam Menyebarkan Informasi *Comunity Development* kepada Masyarakat

1. Faktor Pendukung

Menurut analisa penulis sesuai penelitian yang dilakukan dilapangan, banyak faktor yang menjadi pendorong keberhasilan Humas dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat, hubungan baik yang dijalin Humas dengan berbagai media dalam setiap tugasnya sebagai Humas menjadi hal pendukung utama, karena dengan adanya hubungan baik yang dijalin sehingga memudahkan Humas apabila membutuhkan media dan ingin mempublikasikan informasi, rekan media akan langsung bekerja sama tanpa ada masalah ataupun perdebatan masalah yang lainnya.

Berdasarkan hasil observasi lapangan faktor pendukung lain, Humas memiliki *Team Work* yang kompak dan solid dalam melaksanakan semua tugas dan peranan mereka sebagai Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang. *Team Work* yang baik akan menghasilkan hasil yang baik pula, Humas juga memiliki anggaran operasional dari setiap kegiatan dan program yang mereka lakukan, setiap tahunnya ada anggaran operasional yang diberikan kepada humas guna menjalankan semua program yang sudah ada, termasuk itu program *Comunity Development* yang mereka tangani, selain itu humas juga memiliki orang-orang yang berkompeten dalam melaksanakan tugas dan wewenang dibidangnya masing-masing.

Dalam melakukan peranannya sebagai Humas, Humas juga diberi kepercayaan dan wewenang penuh untuk menjalankan semua program yang ada, kepercayaan itu juga menjadi sebuah spirit yang didapat guna mencapai hasil terbaik, tak hanya itu ketersediaannya banyak media yang bekerja sama juga membuat Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang mampu bergerak lincah dan aktif dalam menjalankan semua program, yang mana tujuan yang ingin dicapai akan terpenuhi dengan baik, dan pencitraan terhadap perusahaan pun akan terbentuk dengan sangat baik pula.

2. Faktor Penghambat

Menurut analisa penulis, setiap kerja, tugas dan peranannya sebagai Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang tidaklah mustahil bila mereka juga terkadang mendapat sedikit hambatan dalam melaksanakan peranannya dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat. Sedikitnya orang yang bekerja sebagai Humas yang mengelola semua kegiatan Humas sebuah perusahaan sebesar itu terkadang menjadi hal menghambat kelancarannya pekerjaan. Bukan hanya itu berdasarkan observasi lapangan yang penulis lakukan keterlambatan cairnya dana operasional juga menjadi kendala yang bisa menghambat jalannya beberapa program.

Tak jarang terjadinya miss komunikasi antara pihak Humas dalam menyampaikan informasi dengan pihak media yang akan mempublikasikan informasi kemasyarakat sering menjadi kesalahan fatal yang mengakibatkan kerugian buat Humas dan perusahaan tentunya.

Ketika berita yang diterbitkan media ternyata tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya, dan informasi telah menyebar maka kesalahan ini akan berdampak juga kepada pencitraan perusahaan yang dilakukan oleh humas melalui rekan kerja media, oleh karena itu Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang mengupayakan sebaik mungkin, dan seteliti mungkin setiap ingin mempublikasikan informasi kepada masyarakat, agar kesalahan-kesalahan dapat diminimalisir secara baik dan benar.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh penulis bahwa Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper dalam menyebarkan informasi menggunakan model yang dikemukakan Frida. Hal ini terlihat dari Peranan Humas yang menggunakan point peranan humas sebagai pemecah masalah, fasilitator komunikasi dan teknisi komunikasi dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat.

Tampak jelas bahwa humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang menjalankan peranannya sebagai Humas, sesuai dengan teori, petugas humas berperan sebagai fasilitator komunikasi antara organisasi dengan perusahaan dimana humas memberikan informasi-informasi yang dibutuhkan publik mengenai perusahaan dan memberikan penjelasan-penjelasan yang dibutuhkan publik, selain itu humas dianggap sebagai pelaksanaan teknisi komunikasi dalam media publik organisasi dimana humas berperan sebagai penyaji berita-berita bagi media publik, dengan peranan ke publik itulah dapat dilihat dengan jelas peranan Humas itu sendiri.

Bedasarkanuraiaandiatas, bahwamodel peranan Humas yang digunakan perusahaan dalam berhubungan dengan publik yang dikemukakan Frida telah menjawab tujuan penulis guna melihat Peranan Humas dalam menyebarkan informasi *Comunity Development* kepada masyarakat.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil wawancara dan observasi yang kemudian dituangkan dalam hasil penelitian yang dilanjutkan dengan penganalisaan yang dilakukan oleh penulis, dapat dilihat kesimpulan dari Peranan Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Products, Tbk Perawang dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat, adalah sebagai berikut :

1. Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang dalam menjalankan dan melaksanakan peranannya sebagai Humas dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat.
 - a. Humas selalu menyebarkan informasinya kepada masyarakat setiap program perusahaan, karena program kerja yang mereka buat dan laksanakan adalah untuk rakyat, dan walaupun bukan untuk rakyat tapi publik berhak tahu atas segala informasi tentang perusahaan melalui Humas, agar tujuan yang positif tadi dapat tercapai .
 - b. Meyakinkan masyarakat tentang maksud, tujuan serta kegunaan dari suatu kegiatan *Community Development* yang telah dilaksanakan. Dalam hal ini Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang setiap menjalankan tugas, program yang mereka buat selalu saja ada tahapan atau kegiatan yang dilakukan, guna menanamkan keyakinan,

kepercayaan, juga menerangkan kepada publik apa yang menjadi maksud dan tujuan humas dalam melaksanakan semua program, sehingga masyarakat paham dan mengerti. Kegiatan itu dilakukan Humas melalui pendekatan persuasif, diskusi kecil bersama masyarakat, sehingga ada tanggapan dan respon yang dapat dilihat secara langsung dari setiap dialog dan diskusi yang dilakukan.

- c. Mengajak masyarakat agar berperan aktif dalam kegiatan tersebut termasuk memberikan masukan dan kritikan, dalam hal ini tidak semua masyarakat yang akan memberikan tanggapan dan respon secara langsung. Humas juga menerima tanggapan dan kritikan dari publik dan masyarakat tentang program yang dibuat, baik itu berupa surat resmi yang ditujukan kepada Humas, ataupun dalam bentuk tulisan yang dibuat di surat kabar yang akan kembali dievaluasi oleh Humas.
- d. Adanya kegiatan penyebaran informasi kegiatan dari perusahaan melalui media massa, baik media cetak dan media elektronik. Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang dalam melaksanakan dan menginformasikan semua kegiatan dan program nya menggunakan media massa yang ada, banyak jenis media yang digunakan Humas dalam memperlancar proses penyampaian dan penyebaran informasi, seperti media cetak, koran, dan buletin perusahaan. Humas juga menyampaikan informasi mereka melalui Radio, TV, dan Media Online yang ada seperti DETIK.COM.

2. Faktor yang menjadi pendukung humas dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat bisa dikategorikan dalam empat hal, yaitu adanya sikap dan sifat rasa saling percaya dari segala pihak bagi humas untuk melakukan publikasi kedalam dan keluar perusahaan, adanya anggaran operasional yang menjadikan segala urusan yang berhubungan dengan keuangan menjadi lancar, aman terkendali, adanya media yang akan dijadikan alat publikasi, namun dari sekian banyak faktor pendukung hubungan harmonis atau hubungan baik yang telah dibangun dan dijalin oleh pihak Humas dengan berbagai media adalah yang paling berpengaruh, karena dengan hubungan baik itu tidak begitu sulit rasanya untuk melakukan publikasi, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan dan benar kepada publik.
3. Faktor yang menjadi penghambat Humas dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat bisa dibagi menjadi tiga, yaitu kurang nya orang-orang yang bertugas sebagai Humas disebuah perusahaan sebesar itu akan menjadi hal yang dapat menghambat proses kerja, sehingga peranan Humas dalam menyebarkan informasi pun menjadi terkendala, tak hanya itu keterlambatan dana operasional untuk humas dalam melaksanakan semua program dan proses pempublikasian membuat kerja humas menjadi tidak maksimal, ketika program akan dilaksanakan namun dana operasional belum ada inilah yang selalu dikhawatirkan, namun dari dua masalah yang ada hal yang paling fatal adalah ketika

terjadinya miss komunikasi antara pihak Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang dengan pihak media dalam prose penyebaran informasi akan menjadi hambatan dan masalah yang cukup serius, karena miss komunikasi akan berakibat pada hasil berita yang dikeluarkan oleh pihak media, kalau berita yang dikeluarkan tidak sesuai dengan yang sebenarnya opini buruklah yang akan didapatkan oleh perusahaan khususnya untuk Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang.

B. Saran

1. Hendaknya Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang Perawang memiliki divisi Humas tersendiri yang bertugas sebagai Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang, sehingga apa yang menjadi target dan tujuan perusahaan dapat terlaksana dan terealisasi dengan baik dan benar. Sesuai dengan program Humas yang telah disusun guna kepentingan perusahaan.
2. Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawang diharapkan dapat terus menjalin hubungan yang baik dengan berbagai pihak, karena dengan hubungan baik itu akan mempermudah langkah Humas dalam bergerak dan mudah untuk humas membangun citra positif perusahaan dimata publik, karena Humas adalah cerminan baik buruknya perusahaan.
3. Hendaknya Humas PT. Indah Kiat Pulp & Paper Perawanglebih meningkatkan lagi kinerjanya sebagai humas, membuat program-program kerja yang baik sesuai dengan target perusahaan, atau mungkin

menembah program baru yang lebih tepat dan berguna untuk perusahaan dan publik umumnya.

4. Diharapkan komunikasi yang baik juga akan terjalin sangat maksimal dengan berbagai pihak Pers dan Media. Karena mereka adalah partner kerja yang cukup berpengaruh dalam bidang publikasi, ketika hubungan baik itu terjalin dan terbentuk maka segala sesuatu tentang publikasi dan penyebaran informasi akan terlaksana dengan baik, dan apa yang ingin disampaikan oleh perusahaan melalui Humas akan tepat menuju sasaran yang ingin dicapai dan dituju.

PEDOMAN WAWANCARA

1. Bagaimana peranan humas PT. IKPP dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat ?
2. Bagaimana peranan humas PT. IKPP dalam membentuk citra positif dan opini publik pada PT. IKPP ?
3. Apa strategi yang digunakan humas untuk membangun hubungan baik, baik itu dengan internal perusahaan maupun eksternal perusahaan ?
4. Bagaimana cara humas dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat ?
5. Bagaimanakah cara humas menumbuhkan image perusahaan yang baik kepada publik ?
6. Apa saja bentuk informasi yang disampaikan kepada masyarakat ?
7. Media apa yang digunakan humas dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat ?
8. Faktor apa saja yang menjadi pendukung keberhasilan humas PT. IKPP dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat ?
9. Apa yang menjadi faktor penghambat keberhasilan humas dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat ?
10. Apa fungsi humas bagi perusahaan seperti PT. IKPP ?
11. Siapa yang bertanggung jawab dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat ?
12. Apa bentuk program kerja humas PT. IKPP ?
13. Apa sasaran dari program humas PT. IKPP ?
14. Apa hasil dari program humas PT. IKPP ?

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, Oemi, 2001, *Dasar-dasar Public Relation*, Bandung : PT. Citra Aditya Bakti
- Ali, Novel, 1986, *Hubungan Masyarakat*, Jakarta : Karunika
- Anggoro, Linggar M, 2001, *Profesi Kehumasan dan Teori*, Jakarta : Bumi Aksara
- Assegaf, Djafar, 1987, *Profesi Humas dan Teori*, Jakarta : Ghalia Indonesia
- Assumta, Maria, 2004, *Dasar-dasar Public Relation (Teori dan Praktek)*, Jakarta : Grasindo
- Djaja, Danan, 1983, *Peranan Humas dalam Perusahaan*, Alumni, Bandung
- Edwar Depati dan Collin Mac Andrews, 1991, *Peranan Komunikasi Massa dalam Pembangunan*, Bandung : UGM Press
- Effendy, Onong Unchjana, 1993, *Human Relation*, Penerbit Mandar Maju : Bandung
- _____, 2001, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung : Remaja Rosdakarya
- _____, 2002, *Hubungan Masyarakat*, Remaja Rosdakarya, Bandung
- _____, 2002, *Hubungan Masyarakat Suatu Komunikologis*, Bandung : Remaja Rosdakarya
- Gasperst, Vincent, 1988, *Pengantar Sistem Informasi Manajemen*, CV. Armico, Bandung
- Iriantara, Yosol, 2004, *Community Relations Konsep, dan Aplikasinya*, Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Jeffkins, Frank, 2004, *Public Relation*, Jakarta : Erlangga
- Kasali, Rhenald, 1994, *Managemen Public Relation (Konsep dan Aplikasinya di Indonesia)*, Jakarta : Grafiti
- Kusumastuti, Frida, 2002, *Dasar-dasar Humas*, Ghalia Indonesia, Jakarta
- Moleong, Lexy J, 2005, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung : Remaja Rosdakarya

- Mursilin, 2004, *Aktivitas Hubungan Masyarakat Pemerintah Kota Pekanbaru dalam Menyebarluaskan Informasi Pembangunan kepada Masyarakat kota: Pekanbaru*.
- Narbuko Cholid, 2001, *Metodologi Penelitian*, Bumi Aksara : Jakarta
- Putra, Nugrah, I Gusti, 1999, *Managemen Hubungan Masyarakat*, Yogyakarta : Universitas Atmajaya Yogyakarta.
- Ruslan, Rosady, 2002, *Eetika Kehumasan (Konsep dan Aplikasinya)*, Jakarta : Grafindo
- _____, 2003, *Public Relations dan Media Komunikasi*, Edisi Revisi, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- _____, 2005, *Managemen Public Relation dan Media Komunikasi*, Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Widjaja, H. A. W, 2000, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, Bumi Aksara : Jakarta
- Widjaja, H. A. W, 2008, *Komunikasi (Komunikasi dan Hubungan Masyarakat)*, Jakarta : Bumi Aksara